La société de consommation au Québec

Attitudes des consommateurs
aux prises avec des problèmes
relatifs aux services professionnels

LEGISLATIVE LIBRARY
WITHDRAWN

Office de la protection du consommateur
Office des professions du Québec

Gouvernement du Québec

OFFICE DES PROFESSIONS

ATTITUDES DES CONSOMMATEURS AUX PRISES AVEC DES PROBLEMES RELATIFS AUX SERVICES PROFESSIONNELS

Québec, janvier 1980

PRESENTATION

A l'automne 1977, l'Office de la protection du consommateur entreprenait une vaste enquête sur la société de consommation au Québec et sur les problèmes de consommation tels que perçus par les consommateurs eux-mêmes. Le but fondamental de cette recherche était d'identifier les besoins de protection des consommateurs.

C'est ainsi que 1 876 personnes représentant 9 des 10 régions administratives du Québec ont été rencontrées en entrevue individuelle, pour répondre à un questionnaire très détaillé portant notamment sur: leur situation socio-économique, leurs habitudes de consommation, leurs attitudes mentales face aux valeurs de la société de consommation, leurs mécanismes individuels de défense, les problèmes de consommation rencontrés et leur gravité, les démarches entreprises et leurs résultats, etc.

Les résultats globaux de l'enquête ont fait l'objet d'un rapport général publié en mai 1980 et intitulé "La société de consommation au Québec". Ce rapport existe en deux versions: une version intégrale qui est distribuée par l'Editeur officiel du Québec, et une version condensée (synthèse) qui est disponible à l'Office de la protection du consommateur.

Considérant, cependant, la masse impressionnante de données éminemment utiles recueillies grâce à l'enquête, l'Office a jugé profitable d'approfondir la connaissance de certains secteurs ou aspects bien définis de la consommation qui n'ont été qu'effleurés dans le rapport général. Cette préoccupation doit se concrétiser par la réalisation, sur une période de deux ans, d'une série d'études spécifiques dont les plus intéressantes seront publiées par l'Office.

/2

La présente étude sur les problèmes relatifs aux services professionnels est le résultat d'une collaboration entre l'Office des professions et l'Office de la protection du consommateur; elle a été en effet réalisée par le Service de la recherche de l'Office des professions, à partir des données que lui a fournies l'Office de la protection du consommateur. Nous souhaitons qu'elle puisse aider à une meilleure compréhension des problèmes et des attentes des consommateurs en matière de services professionnels.

PIERRE B. MEUNIER
Président,
Office de la protection du consommateur

101-05053/

Table des matières

Liste des tableaux..... iii

Avant-propos..... v

1. Cadre général de la recherche..... 1

1.1 Bref historique de la recherche..... 1

1.2 Les résultats de l'enquête de l'Office de la protection du consommateur: base de la présente analyse..... 3

1.3 Les données analysées par le service de la Recherche de l'Office des professions..... 8

1.4 Présentation retenue..... 11

2. Principales dimensions des problèmes..... 13

2.1 Profil des consommateurs aux prises avec des problèmes relatifs aux services professionnels..... 13

2.2 Motifs à l'origine des problèmes..... 16

2.3 Prix payés pour les services..... 18

2.4 Perte éprouvée par les répondants aux prises avec des problèmes de services professionnels..... 22

2.5 Gravité attribuée aux problèmes évoqués par les répondants..... 23

2.6 Personnes consultées par les répondants..... 25

3. Les plaignants et les non-plaignants..... 31

3.1 Plaintes portées par les répondants auprès des professionnels..... 31

3.2 Profil des plaignants et des non-plaignants selon la nature du problème rencontré..... 33

3.2.1 Profil des plaignants et des non-plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs..... 33

3.2.2 Profil des plaignants et des non-plaignants aux prises avec des problèmes de qualité..... 35

3.3 Demandes formulées par les plaignants..... 38

3.4 Pressions exercées par les plaignants..... 40

3.5 Relations entre professionnels et plaignants..... 42

3.6 Résultats des démarches des plaignants..... 44

3.7 Le degré de satisfaction des plaignants..... 46

3.8 Motifs à l'origine de l'inaction des non-plaignants..... 49

4. Conclusion..... 52

APPENDICE 1

Quelques éléments méthodologiques
(Extraits de "La société de consommation au Québec", Office de la protection du consommateur/Editeur officiel du Québec, mai 1980)

APPENDICE 2

Questions portant sur les problèmes de Services professionnels tirées du questionnaire de l'Office de la protection du consommateur

APPENDICE 3

Lexique des principaux concepts utilisés
(Extrait de "La société de consommation au Québec", Office de la protection du consommateur/Editeur officiel du Québec, mai 1980)

Liste des tableaux

Tableau I

Volume des problèmes signalés par profession..... 5

Tableau II

Nature des problèmes par profession..... 6

Tableau III

Parallèle entre le profil des répondants aux prises avec des problèmes de services professionnels et l'ensemble des répondants de l'enquête de l'Office de protection du consommateur..... 15

Tableau IV

Motifs à l'origine des problèmes de prix excessifs..... 17

Tableau V

Motifs à l'origine des problèmes de qualité..... 18

Tableau VI

Montant payé en trop tel qu'estimé par les répondants aux prises avec des problèmes de prix excessifs..... 19

Tableau VII

Déboursés déclarés par les répondants aux prises avec des problèmes de qualité..... 21

Tableau VIII

Perte monétaire subie selon la nature du problème rencontré..... 23

Tableau IX

Gravité attribuée au problème selon sa nature..... 25

Tableau X

Consultations entreprises par les répondants..... 26

Tableau XI

Personnes ou organismes consultés par les répondants selon la nature des problèmes..... 28

Tableau XII

Consultations effectuées par rapport à l'ensemble des répondants aux prises avec les problèmes signalés..... 30

Tableau XIII

Plainte portée selon la nature du problème..... 32

Tableau XIV

Profil des plaignants et des non-plaignants confrontés à des problèmes de prix excessifs..... 34

Tableau XV

Profil des plaignants et des non-plaignants confrontés à des problèmes de qualité..... 37

Tableau XVI

Demandes formulées par les plaignants..... 39

Tableau XVII

Nature des pressions exercées..... 41

Tableau XVIII

Relations entre professionnels et plaignants..... 43

Tableau XIX

Résultat final des démarches des plaignants selon la nature du problème 46

Tableau XX

Niveau de satisfaction des plaignants selon le résultat final 48

Tableau XXI

Motifs à l'origine de l'inaction des non-plaignants 51

Tableau XXII

Résumé synoptique de l'origine et du cheminement de l'échantillon analysé 55

AVANT-PROPOS

L'Office des professions a été heureux d'apporter sa contribution à la publication des résultats de l'enquête effectuée par l'Office de la protection du consommateur sur les problèmes de consommation au Québec: un membre de son équipe de recherche, monsieur Marc-André Turcotte, a analysé les données de cette enquête relatives aux services professionnels, analyse qui fait l'objet de la présente publication.

Dans la même veine, l'Office des professions a réalisé, au cours de l'été 1979, en collaboration avec le Centre de recherche en opinion publique (C.R.O.P.), un sondage portant exclusivement sur les services professionnels. L'analyse des résultats de cette autre enquête a aussi fait l'objet d'une publication, dans la collection "Etudes", sous le titre Le public Québécois et les services professionnels.

Ces travaux, effectués par le service de la Recherche de l'Office des professions, dont monsieur Donald Bouffard est le directeur, témoignent une fois de plus du souci qu'a l'Office des professions d'identifier avec précision les besoins et les attentes du consommateur des services professionnels. Par leur publication, l'Office veut, en outre, sensibiliser le plus grand nombre de personnes possible à ce secteur de la consommation qui touche de façon si vitale l'ensemble des Québécois.

Le président,

ANDRE DESGAGNE

1. Cadre général de la recherche

1.1 Bref historique de la recherche

L'Office de la protection du consommateur a effectué, à l'automne 1977, une vaste enquête sur le phénomène de la consommation en général et, plus particulièrement, sur les problèmes de consommation au Québec. Cette enquête comprenait 1 876 entrevues réalisées à partir d'un échantillon stratifié non proportionnel [1], auprès des consommateurs de toutes les régions administratives du Québec, à l'exception du Nouveau Québec. Fait à signaler: qu'on

---

(1) Ainsi que l'indique un rapport préliminaire, les résultats de l'enquête ont été l'objet d'une pondération. Concrètement, "les réponses provenant des consommateurs de chaque région ont reçu un poids correspondant à la proportion que la population de chaque région représente par rapport à l'ensemble de la population québécoise. Au départ, "... 1 876 entrevues ont été réalisées" "à partir de neuf (9) échantillons représentatifs de chacune des neuf (9) régions administratives". Cependant, "ces échantillons, même regroupés, ne forment pas un échantillon représentatif de l'ensemble de la population québécoise car les régions peu peuplées comme la Côte Nord ou le Nord-Ouest sont fortement sur-représentées tandis que la région métropolitaine de Montréal est fortement sous-représentée. L'application des coefficients de pondération" vise donc "à rétablir l'équilibre entre les régions pour obtenir un échantillon représentatif de la population du Québec.... Cette opération a entraîné des distributions de fréquences basées sur un échantillon de 2 979 répondants et non plus de 1 876 répondants". Office de la protection du consommateur, Enquête sur les problèmes de consommation au Québec, Rapport préliminaire, Québec, Office de protection du consommateur, Direction de la recherche, non publié, Juillet 1978, p. 8.

se réfère aux derniers recensements de Statistique Canada (1971/1976) ou à l'enquête de l'Office de la protection du consommateur, le profil des répondants de l'enquête est fidèle à celui de la population du Québec.

L'enquête portait sur la consommation des biens et services, parmi lesquels on retrouve les services professionnels. Dans la présente analyse, l'Office des professions du Québec n'a retenu que ces derniers puisqu'il attache une grande importance aux réactions que suscite en divers milieux, la consommation des services professionnels et, le cas échéant, l'utilisation des recours disciplinaires.

L'Office de la protection du consommateur a fourni à l'Office des professions du Québec les données relatives aux services professionnels qui font l'objet de la présente analyse. Comme elle a pour source les données tirées d'une enquête générale touchant tous les secteurs de consommation, cette analyse permet d'apprécier avec objectivité et sous un angle nouveau les principaux problèmes qui affectent la consommation des services professionnels et jusqu'à un

certain point, l'efficacité et la crédibilité des recours mis en place pour trouver une solution aux problèmes les plus courants (1).

1.2 Les résultats de l'enquête de l'Office de la protection du consommateur: base de la présente analyse

Les résultats analysés par l'Office de la protection du consommateur, dans le cadre d'un rapport préliminaire (2), confirment l'existence d'un défaitisme assez marqué chez les 2 979 répondants (3) lorsqu'il s'agit d'utiliser les recours offerts en cas de problèmes (4). Ainsi, on constate que 40,9% de ces répondants sont d'avis qu'ils ne peuvent rien faire contre un professionnel qui exige un prix trop élevé pour ses services.

---

(1) L'ensemble des questions portant sur la consommation de services professionnels ou référant à des problèmes de services professionnels est reproduit à l'appendice 1.

(2) Enquête sur les problèmes de consommation au Québec, Rapport préliminaire, Office de la protection du consommateur, juillet 1978, texte 135 pages, non publié.

(3) Pour une définition des principaux concepts utilisés dans le cadre de l'enquête, voir l'appendice 2.

(4) Les questions à l'origine de ces résultats étaient formulées comme suit: 1) "Si vous aviez l'impression qu'un professionnel (dentiste, avocat, pharmacien, ...) exige un prix trop élevé pour les services rendus, pensez-vous que vous pourriez faire quelque chose? ☐ oui, que feriez-vous? ___. ☐ non, pourquoi? ___. 2) "J'aimerais maintenant savoir si vous êtes personnellement tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec les propositions suivantes: a) en général, on ne peut pas se défendre efficacement lorsqu'on a un problème avec un professionnel; b) en général, on ne peut pas se défendre efficacement lorsqu'on a un problème avec un commerçant; 3) "Si vous aviez aujourd'hui à régler un problème avec un commerçant ou un professionnel, pensez-vous qu'il vous serait très facile, facile, difficile ou très difficile de bien défendre votre point de vue?".

Les motifs invoqués par ces derniers sont les suivants:

1) les prix sont fixes	20,8%
2) les professionnels sont trop forts	19,1%
3) on n'a pas les moyens	11,1%
4) d'après l'expérience, on ne peut rien faire	1,0%
5) inutile d'essayer	27,0%
6) c'est leur droit de fixer les tarifs qu'ils veulent	4,9%
7) autre raison	15,9%

Ces résultats ont permis à l'équipe de recherche de l'Office de la protection du consommateur d'affirmer que:

> "Une attitude globale de défaitisme, peut-être encore davantage qu'une connaissance insuffisante de la loi, pourrait rendre compte de cette croyance (qu'il n'y a pas de recours). Le sentiment d'une absence de recours disponibles s'appuie largement sur la conviction que le rapport de forces devant un professionnel joue manifestement au désavantage du consommateur." (1)

On voit que ce rapport inégal de forces existe aussi dans le secteur des biens, mais moins fortement cependant: 48,7% des répondants estiment qu'en général, on ne peut se défendre efficacement "lorsqu'on a un problème avec un professionnel", tandis que 35,8% partagent la même attitude à l'endroit des commerçants. Précisons qu'il s'agit de questions posées à tous les répondants de l'enquête. Les auteurs du rapport préliminaire en ont donc conclu que ce sentiment d'impuissance est beaucoup plus marqué chez les consommateurs de services professionnels que chez les consommateurs de biens en général.

---

(1) Voir Enquête sur les ..., op. cit. p. 49.

Tableau I

Volume des problèmes signalés par profession (1)

Professions	Problèmes signalés (N)	%
Dentistes	(205/477)	43,0
Pharmaciens	(49/477)	10,3
Optométristes	(45/477)	9,3
Médecins	(43/477)	9,0
Notaires	(42/477)	8,8
Avocats	(27/477)	5,7
Comptables	(26/477)	5,5
Vétérinaires	(24/477)	5,0
Podiatres	(8/477)	1,7
Chiropraticiens	(8/477)	1,7
TOTAL	(477)	100

On a aussi tôt fait de remarquer que les services rendus par les dentistes sont à l'origine de 43% des problèmes signalés, ce qui pourrait permettre de penser que ce secteur d'activité est générateur d'un plus fort volume de problèmes que d'autres secteurs d'activité ayant fait l'objet de l'enquête.

---

(1) Sont exclus du total les services professionnels faisant partie de la catégorie "autres services professionnels". Ainsi, 59 problèmes ont été exclus du total.

Par ailleurs, l'enquête dénombre un total de 8 438 problèmes de toutes sortes[1]. De ce nombre, on a pu relever 2 621 problèmes de services, soit 31% de l'ensemble, dont 536 problèmes de services professionnels, soit 20,4% du nombre total des problèmes de services ou 6,4% de l'ensemble des problèmes.

Tableau II

Nature des problèmes par professions

Nature des problèmes / Professions	Prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%
Dentistes*	(158/205)	77,1	(42/205)	20,5
Pharmaciens	(45/49)	91,8	(4/49)	8,2
Optométristes	(28/45)	62,2	(17/45)	37,8
Médecins	(5/43)	11,6	(38/43)	88,4
Notaires	(31/42)	73,8	(11/42)	26,2
Avocats	(18/27)	66,7	(9/27)	33,3
Comptables	(16/26)	61,5	(10/26)	38,5
Vétérinaires	(23/24)	95,8	(1/24)	4,2
Podiatres	(5/8)	62,5	(3/8)	37,5
Chiropraticiens	(8/8)	100	-	-
N. total et % du grand total	(337/477)	70,7%	(135/477)	28,3%

* 5 problèmes relatifs à la publicité chez les dentistes ont été exclus.

De plus, l'enquête de l'Office de la protection du consommateur permet de constater que, dans le secteur des services profession-

(1) Les problèmes d'habitation, d'achat de maison, de voitures usagées, de réparations, de crédit, de livraison de bien, de publicité trompeuse, de prix excessifs de biens ou services, de défectuosités de biens, de qualité des services, de nourriture, etc.

nels, à l'instar du secteur des services en général, les problèmes sont avant tout des problèmes de prix jugés excessifs par le répondant; viennent ensuite les problèmes de qualité comme l'indique le tableau II, selon les professions concernées[1]. A la lecture de ce tableau, on peut toutefois croire que dans l'hypothèse où un tiers viendrait prendre en charge le coût des services, la proportion des problèmes de qualité augmenterait sensiblement, comme le porte d'ailleurs à penser l'exemple des problèmes relatifs aux médecins illustré dans le même tableau; en effet, il s'agit de problèmes relatifs à la qualité, dans une proportion de 88,4%.

Enfin, les chercheurs de l'Office de la protection du consommateur font observer que si l'enquête avait été menée auprès de toutes les unités de consommation du Québec, plus de cinq millions de problèmes auraient été signalés[2]. On peut donc en déduire que de ce nombre, 341 177 problèmes de services professionnels auraient été signalés $(\frac{536}{8328} \times 5\ 379\ 272)$ au cours de l'année à laquelle se réfère

---

(1) Quoique les expressions "prix excessifs" et "problème de qualité" puissent prêter à interprétation, leur valeur heuristique a été confirmée à l'occasion de pré-tests. Indépendamment du contexte inflationniste, du caractère fondé ou non du prix demandé ou fixé, ou de la qualité intrinsèque du service rendu, l'enquête visait essentiellement à identifier les problèmes vécus par les consommateurs.

(2) Selon la base de calcul suivante: 8438 problèmes rencontrés dans un échantillon pondéré de 2979 répondants, soit une moyenne de 2,84 problèmes par unité de consommation; lors du recensement de 1976, 1 894 110 unités de consommation au Québec auraient eu 5 379 272 problèmes, soit 1 894 110 x 2,84 problèmes.

l'enquête, soit septembre-octobre 1976 à septembre-octobre 1977.

En résumé, les données recueillies par l'Office de la protection du consommateur nous informent des faits suivants:

1. les consommateurs de services professionnels se caractérisent par une attitude globale de défaitisme;

2. les consommateurs ont un sentiment d'impuissance beaucoup plus marqué vis-à-vis des professionnels que vis-à-vis des marchands en général;

3. les services professionnels sont à l'origine d'un volume important de problèmes (536 comparativement à 2 621 pour l'ensemble des services), soit 20,4% du secteur des services ou 6,4% de l'ensemble des problèmes signalés dans l'enquête;

4. le volume global des problèmes de services professionnels au cours de la période de référence (sept.-oct. 1976 à sept.-oct. 1977) est estimé à plus de 340 000;

5. les problèmes de services professionnels sont d'abord reliés à des prix excessifs (70%) tandis que les problèmes de consommation de biens touchent principalement la qualité (60%).

1.3 Les données analysées par le service de la Recherche de l'Office des professions

La présente analyse ne retient, précisons-le, qu'une partie seulement des problèmes [1] relatifs aux services professionnels signalés par l'enquête de l'Office de la protection du consommateur: seul le

---

(1) L'enquête de l'Office de la protection du consommateur portait exclusivement sur les problèmes de consommation. Par conséquent, les services professionnels analysés tout au long de ce rapport sont nécessairement de caractère problématique.

premier problème [1] traité par chaque répondant, lors de l'enquête, a été pris en compte. Ainsi, des 536 problèmes signalés [2], on a retenu 377 problèmes (soit 70,3% de l'ensemble), dont 232 portent sur les prix excessifs et 145 sur la qualité des services [3].

En outre, l'analyse des données effectuée par les chercheurs de l'Office de la protection du consommateur a permis de confirmer que les principales tendances observées au niveau du premier problème valent également pour le deuxième problème retenu. Donc, l'analyse du deuxième problème retenu par les répondants ne ferait qu'augmenter le volume de l'échantillon sans toutefois modifier les principales observations.

---

(1) Il faut noter que lors des entrevues, les consommateurs répondants pouvaient signaler plusieurs problèmes de consommation au cours de l'enquête. Si les répondants soulevaient plus de deux problèmes d'un type donné, ils étaient invités par les interviewers à retenir les deux plus importants pour fins d'information complémentaire.

(2) Les problèmes de prix excessifs affectant l'ensemble des biens et services représentent 17,1% de l'ensemble des problèmes signalés dans le cadre de l'enquête, alors que les problèmes de qualité ne représentent que 8,4% de l'ensemble.

(3) Les motifs à l'origine de cette décision sont les suivants: dans le cadre d'un programme informatique S.P.S.S., l'utilisation d'une procédure de sélection conditionnelle des données dite "sélect-if" devait introduire un pourcentage d'erreurs important (environ 15 à 20%). Afin d'éliminer ces erreurs et en raison des coûts informatiques trop élevés, il fut décidé de ne retenir que les données relatives au premier problème traité par les répondants au cours de l'année désignée par l'enquête (septembre-octobre 1976 à septembre-octobre 1977).

Il convient, par ailleurs, d'indiquer le sens prêté au cours de la présente analyse à certains mots clefs, notamment la distinction faite entre les catégories de répondants, plaignants et non-plaignants ainsi que celle faite entre problèmes et litiges. En effet, les questions portant expressément sur les services professionnels renvoient aux définitions suivantes:

Répondants : Les personnes qui ont effectivement fait face à des problèmes découlant de la consommation de services professionnels au cours de l'année à laquelle référait l'enquête (de septembre-octobre 1976 à septembre-octobre 1977) ou encore, les personnes qui, au cours de la même période, ont été témoins des problèmes vécus par l'unité de consommation dans laquelle elles évoluent. Ces personnes peuvent avoir porté plainte à la suite du problème rencontré ou bien s'être abstenues d'engager pareille démarche.

Plaignants : Les répondants qui, ayant fait face à un problème, ont porté plainte contre le professionnel mis en cause.

Non-plaignants : Les répondants qui ont préféré s'abstenir de porter plainte contre le professionnel mis en cause.

Problèmes : Toute difficulté à laquelle a fait face un répondant consommateur d'un service professionnel et mettant en cause un ou plusieurs aspects du service reçu.

Litiges : Toute difficulté rencontrée par un répondant consommateur d'un service professionnel et ayant donné lieu à une action quelconque de sa part en vue de trouver une solution à ce problème.

Parallèlement, l'enquête de l'Office de la protection du consommateur devait exclusivement porter sur deux types de problèmes relatifs aux services professionnels, soit les problèmes de prix jugés excessifs par les répondants et les problèmes de qualité.

Chaque type de problème a fait l'objet d'une série de questions sur ses principaux aspects, notamment, le prix payé, la gravité, la plainte portée, les démarches entreprises, le résultat obtenu et le degré de satisfaction.

1.4 Présentation retenue

Afin de faciliter la présentation, nous avons donc choisi de mettre en parallèle les données relatives à ces deux types de problèmes, dans l'ordre suivant: d'abord, nous aborderons les principales dimensions des problèmes soulevés, soit le profil des répondants ayant fait face à ces problèmes, les motifs à l'origine des litiges, les prix payés pour les services faisant problème, la perte éprouvée découlant des problèmes, la gravité attribuée aux problèmes et enfin, les personnes consultées par les répondants; ensuite, nous traiterons du volume de plaintes que suscite chaque type de problème, du profil des plaignants et des non-plaignants aux prises avec ces problèmes, des demandes formulées par les plaignants, des pressions exercées par ces derniers auprès des professionnels mis en cause, des relations qui prévalent entre ces derniers et les

plaignants, à savoir la qualité de leurs rapports, les résultats obtenus par les plaignants, la satisfaction qu'éprouvent ces derniers; compte tenu du résultat obtenu et les motifs à l'origine de l'inaction des non-plaignants; enfin, nous tenterons de résumer l'ensemble des résultats observés dans le cadre d'un tableau synoptique et de dégager une conclusion à partir de ces observations[1].

Si nous n'avons pas retenu l'idée de présenter l'information suivant chaque secteur d'activité mis en cause, c'est qu'à l'exception des résultats relatifs à certains services de dentistes, lesquels représentent, rappelons-le, 43% des problèmes des services professionnels, les résultats des autres secteurs ne sont pas suffisamment nombreux pour permettre une analyse valable. Nous n'avons donc pas jugé utile de distinguer les problèmes relatifs aux services de dentistes des autres problèmes puisque les principales tendances observées au niveau de ces données particulières étaient, en général, sensiblement les mêmes au niveau de l'ensemble; bien plus, on aurait fait de ce secteur particulier un cas d'espèce et placé ainsi les autres secteurs à l'ombre de ce dernier.

---

(1) Il faut signaler la présence d'écarts mineurs entre les pourcentages inscrits dans les tableaux et les pourcentages effectifs auxquels renvoient les fréquences propres à chaque variable analysée. Le lecteur voudra bien se souvenir que ces écarts sont attribuables à la pondération.

2. Principales dimensions des problèmes

2.1 Profil des consommateurs aux prises avec des problèmes relatifs aux services professionnels

Sans distinguer la nature du problème rencontré par les répondants, l'analyse des données devait d'abord permettre de dégager le profil général des consommateurs aux prises avec des problèmes de services professionnels. Ainsi, observe-t-on parmi les caractéristiques dominantes que 82,2% des répondants ont moins de 55 ans, 51,9% ont une formation de niveau secondaire, 81,9% sont mariés, 43,8% appartiennent à des corps d'emploi "intermédiaires" - petits administrateurs, cols blancs, employés de bureaux, ouvriers spécialisés - et 28,8% à des corps d'emploi "subalternes" - ouvriers semi-spécialisés, ouvriers non spécialisés, cultivateurs -, 68,1% disposent d'un revenu égal ou supérieur à 12 126 $, 63,8% habitent dans des municipalités de moins de 50 000 habitants et enfin, 69,4% vivent dans la région métropolitaine de Montréal.

Si nous comparons les caractéristiques des répondants aux prises avec des problèmes de services professionnels (premier pourcentage comparé ci-dessous) avec celles des répondants de toute l'enquête dont l'échantillon est représentatif de la population (deuxième pourcentage comparé au premier), nous observons des différences sensibles, notamment à propos de l'âge, de la scolarité, de l'état civil, de l'échelle d'activité, du revenu et des régions.

Ainsi peut-on constater que les répondants aux prises avec des problèmes de services professionnels sont plus jeunes que la population en général (82,2% c/ 68,2% ont moins de 55 ans); ils sont plus scolarisés (27,8% c/ 18,4% ont reçu une formation post-secondaire et 51,9% c/ 45,6% ont reçu une formation secondaire); en plus grande proportion, ils sont mariés (81,9% c/ 76,2%); ils occupent davantage des emplois "intermédiaires" (43,8% c/ 32,3%) et des emplois supérieurs (18,2% c/ 16,6%) alors qu'ils sont quatre fois moins nombreux dans les autres professions (9,2% c/ 38,3%); de plus, une majorité dispose de revenus "supérieurs" ($\geq$ 12 126 $ soit 68,1% comparativement à 50% pour l'ensemble); enfin, ils sont plus nombreux dans la région de Montréal, ce qui permet de penser que cette région suscite, proportionnellement au volume de sa population, un plus grand nombre de problèmes que les autres régions du Québec (69,4% des problèmes pour 56,0% de la population du Québec). Contrairement à la région de Montréal, celle de Québec présente proportionnellement à son bassin de population, un moins grand nombre de problèmes (6,7% des problèmes pour 16,3% de la population du Québec).

Bref, les répondants aux prises avec des problèmes de services professionnels sont généralement plus jeunes, plus scolarisés, sont mariés le plus souvent, occupent en plus grand nombre les emplois "intermédiaires" et "supérieurs", et enfin, vivent le plus souvent dans la région de Montréal.

Tableau III

Parallèle entre le profil des répondants aux prises avec des problèmes de services professionnels et l'ensemble des répondants de l'enquête de l'Office de la protection du consommateur

Profil des répondants		Répondants aux prises avec des problèmes de services professionnels N	%	Ensemble des répondants de l'enquête de l'Office de la protection du consommateur %
Age:	18-34 ans	(146)	38,7	27,9
	35-54 ans	(164)	43,5	40,3
	55 et plus	(67)	17,8	31,8
Scolarité:[1]	Primaire	(76)	20,3	36,0
	Secondaire	(194)	51,9	45,6
	Post-second.	(104)	27,8	18,4
Etat civil:[2]	Couples	(308)	81,9	76,2
	Non couples	(68)	18,1	21,5
Occupations:[3]	"Subalternes"	(106)	28,8	17,8
	"Intermed."	(161)	43,8	32,3
	"Supérieures"	(67)	18,2	11,6
	"Autres"	(34)	9,2	38,3
Revenus:[4]	"Inférieurs"	(107)	31,9	50,0
	"Supérieurs"	(228)	68,1	50,0
Municipalités:	- 50 000 h.	(239)	63,8	66,0
	50 000 h. - 99 999 h.	(22)	5,8	8,1
	100 000 h. et plus	(114)	30,4	25,9
Régions:	Autres	(90)	23,9	77,7
	Québec	(25)	6,7	16,3
	Montréal	(261)	69,4	56,0

(1) Primaire: 0 @ 7 années; secondaire: 8 @ 12 années; post-secondaire: 13 années et plus.

(2) Couples: mariés, célibataires vivant maritalement.
Non-couples: célibataires, séparés, divorcés, veufs, veuves.

(3) Occupations "subalternes": ouvriers semi-spécialisés, ouvriers non spécialisés, cultivateurs.
Occupations "intermédiaires": petits administrateurs, cols blancs, employés de bureaux, ouvriers spécialisés.
Occupations "supérieures": professionnels, gérants et administrateurs, semi-professionnels.
Occupations "autres": retraités, ménagères, étudiants, invalides, chômeurs, décédés, n'a jamais travaillé.

(4) Revenus "inférieurs": $\leqslant$ 12 000 $
Revenus "supérieurs": $\geqslant$ 12 126 $

2.2 Motifs à l'origine des problèmes

Quels sont les principaux motifs à l'origine des problèmes[1] ? On observe en tout premier lieu, au sujet des prix excessifs, que les répondants (53,6%) estiment avoir reçu un service dont la qualité ne correspond pas au prix payé. Cela confirme qu'on se préoccupe d'évaluer le service reçu.

Ils invoquent aussi (15,7%), en guise d'explication, des facteurs contingents: le caractère essentiel du service, l'état du marché, le revenu disponible. Certains soutiennent enfin que le professionnel a exigé des honoraires pour des services non rendus (4,1%). Enfin, 26,7% invoquent d'autres motifs.

---

(1) La question à l'origine des résultats présentés ci-dessus était formulée comme suit, dans le cas des prix excessifs (Q. 234): "En quoi le prix exigé vous paraissait-il excessif?", et, dans le cas des problèmes portant sur la qualité (Q. 278): "En quoi consistait ce problème?".

Tableau IV

Motifs à l'origine des problèmes de prix excessifs

Motifs	N	%	
Prix trop élevé par rapport à la nature du service reçu	(92)	40,1	53,6%
Prix trop élevé par rapport à la qualité du service rendu	(31)	13,5	
Prix trop élevé pour un service essentiel	(14)	6,1	15,7%
Prix trop élevé compte tenu du marché	(15)	6,7	
Prix trop élevé par rapport au revenu	(7)	2,9	
Prix exigé pour un service non rendu	(9)	4,1	
Autres motifs	(61)	26,7	
TOTAL	(229)	100	

Quant aux principaux motifs à l'origine des problèmes de qualité, on constate notamment que 52,4% des répondants estiment avoir reçu des services de mauvaise qualité tandis que 18,6% déplorent des délais dans l'obtention du service; 11,6% d'entre eux dénoncent l'incompétence du professionnel mis en cause, et 4,9% considèrent ce dernier "malhonnête"; enfin, 12,6% des répondants invoquent d'autres motifs.

Tableau V

Motifs à l'origine des problèmes de qualité

Motifs	N	%	
Mauvaise qualité	(75)	52,4	
Délai dans l'obtention du service	(27)	18,6	35,1%
Incompétence du professionnel	(17)	11,6	
Malhonnêteté du professionnel	(7)	4,9	
Autres motifs	(18)	12,6	
TOTAL	(144)	100	

A la lecture de ces résultats, on constate que les consommateurs n'hésitent pas à se prononcer sur la qualité des services reçus. Cependant, on peut s'interroger sur la pertinence des motifs invoqués.

2.3 Prix payés pour les services

Dans le cas des problèmes de prix excessifs, l'enquête de l'Office de la protection du consommateur s'est limitée à l'aspect de la "marge excessive", telle qu'estimée par les répondants.

Quand aux résultats découlant de ces questions, on constate en premier lieu que 61,5% des personnes qui jugent les prix excessifs affirment avoir déboursé en trop 100 $ ou moins alors que 30,5% estiment avoir déboursé en trop au moins 100 $; de ce nombre, 12,3% affirment avoir déboursé 300 $ et plus alors que 7,6% estiment avoir payé une somme de 500 $ et plus.

Tableau VI

Montant payé en trop tel qu'estimé par les répondants aux prises avec des problèmes de prix excessifs

Estimation du montant payé en trop	(N)	%
100 $ et moins	(117)	61,5
100 $ à 299 $	(35)	18,2
300 $ à 499 $	(9)	4,7
500 $ et plus	(14)	7,6
Autres	(15)	8,0
TOTAL	(190)	100

100 $ et plus : 30,5%

300 $ et plus : 12,3%

Dans le cas des problèmes de qualité, seul le déboursé consenti par les répondants a été retenu et non pas le montant payé en trop. C'est pourquoi on ne peut effectuer aucun rapprochement significatif. Les questions à l'origine de ces résultats étaient ainsi formulées: dans le cas du "trop payé" (Q. 235) "selon vous, quel montant avez-vous payé en trop?"; dans le cas des problèmes de qualité: "combien avez-vous payé pour ce service?".

Quant à ces problèmes, on observe que 21,6% des répondants déclarent avoir déboursé 100 $ ou moins pour ces services; par contre, 46,4% des répondants qui déclarent avoir déboursé au moins 100 $ se répartissent comme suit: 25,8% affirment avoir déboursé 200 $ ou plus, 12,4%, 300 $ ou plus, 7,2%, 400 $ ou plus. Bien qu'il s'agisse d'estimations, ces résultats ne manquent pas, à cause de leur ordre de grandeur, de retenir l'attention.

Malgré les réserves d'usage, on conçoit difficilement l'intérêt que pourraient avoir les répondants à exagérer l'importance des déboursés. Ces chiffres sont donc, dans une certaine mesure, révélateurs de l'importance des problèmes soulevés. Il nous est cependant impossible d'apprécier la valeur relative de ces résultats faute d'études de marché portant sur les services professionnels.

Tableau VII

Déboursés déclarés par les répondants aux prises avec des problèmes de qualité

Déboursés déclarés	(N)	%
100 $ ou moins	(21)	21,6
100 $ à 199 $	(20)	20,6
200 $ à 299 $	(13)	13,4
300 $ à 399 $	(5)	5,2
400 $ à 499 $	(4)	4,1
500 $ ou plus	(3)	3,1
Autres*	(31)	32,0
TOTAL	(97)	100

100 $ et plus : 46,4
200 $ et plus : 25,8
300 $ et plus : 12,4
400 $ et plus : 7,2

* La catégorie "autres" comprend notamment les répondants pour lesquels les services ont été gratuits ou dont le coût a été assumé par un tiers.

2.4 Perte éprouvée par les répondants aux prises avec des problèmes de services professionnels

La perte monétaire subie par les répondants constitue sans aucun doute une dimension particulièrement significative de l'importance de leurs problèmes. Ainsi devait-on constater qu'à la question: "Aviez-vous l'impression de perdre beaucoup, un peu ou pas du tout d'argent dans cette affaire?", 43,6% (101/232) des répondants aux prises avec des problèmes de prix excessifs de même que 32,1% (46/145) des répondants aux prises avec des problèmes de qualité affirment avoir éprouvé une "grande perte". En somme, sans distinction de la nature du problème rencontré, 30,1% (147/377) de l'ensemble des répondants affirment avoir éprouvé une "grande perte".

En outre, on constate qu'indépendamment de la nature du problème rencontré, 81,1% (305/377) des répondants subissent une perte qui varie selon la nature des problèmes qu'ils rencontrent. Toutefois, la nature de cette perte reste indéterminée puisqu'aucune question en ce sens n'a été formulée.

Tableau VIII

Perte monétaire subie selon la nature du problème rencontré

Nature des problèmes / Perte	Prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%	Total (N)	%		
Beaucoup	(101)	43,6	(46)	32,1	(147)	39,1	(305)	81,1%
Un peu	(120)	51,6	(38)	26,3	(158)	42,0		
Pas du tout	(6)	2,6	(54)	37,3	(60)	16,0		
Je ne sais pas	(5)	2,2	(6)	4,3	(11)	2,9		
TOTAL	(232)	100	(144)	100	(376)	100		
% horizontal	61,7		38,3		100			

2.5 Gravité attribuée aux problèmes évoqués par les répondants

Enfin, parmi les nombreux aspects des problèmes abordés dans le cadre de l'enquête, la gravité du problème est sans doute celui qui révèle l'unanimité des répondants.

En effet, à la question: "Ce problème vous paraissait-il très grave, grave, peu important?", des 377 répondants, quelle que soit

la nature du problème traité, 42,7% (161/377) jugent "très grave" l'état de leur problème, 52,5% (198/377) le jugent "grave" et 4,8% (18/377) le jugent "peu important".

Ainsi constate-t-on que 95,2% (359/377) des répondants considèrent l'état de leur propre problème comme "grave" ou "très grave" (1). On observe le même phénomène avec les réponses relatives à la nature des problèmes: qu'il s'agisse de problèmes de prix excessifs ou de qualité, les répondants, dans une proportion de 94,6% et de 96,7% respectivement, considèrent leurs problèmes comme "graves".

---

(1) Ainsi que le souligne "La société de consommation au Québec" ... "plus les problèmes sont perçus comme graves, plus la propension à consulter quelqu'un est élevée, plus ils donnent lieu à l'expression de plaintes et à la manifestation de pressions ..., plus ils incitent les consommateurs à recourir aux tribunaux pour trancher le litige", chap. 11, parag. 11.2.1. Malgré la gravité des problèmes de prix excessifs affectant les services professionnels, l'observation précédente ne semble pas être confirmée à nouveau (et ce, à l'instar des problèmes de prix excessifs pour les biens et services en général). Cette observation ne semble pas s'appliquer aux problèmes de services professionnels puisque dans la très grande majorité des cas (95,2%), le problème est jugé "grave" alors que, comme nous le verrons, le volume relatif des plaintes, des consultations et des actions de type judiciaire est moins important que dans le secteur des biens et services en général. Plusieurs aspects dégagés par la présente analyse s'apparentent à certains éléments de l'analyse contenus dans "La société de consommation au Québec" à propos des problèmes de biens et services en général. Aussi jugeons-nous utile de procéder à certains rapprochements lorsque les faits observés vont dans le sens de "La société de consommation au Québec" ou, à l'inverse, semblent s'en distinguer.

Tableau IX

Gravité attribuée au problème selon sa nature

Nature des problèmes / Gravité	Prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%	Total (N)	%
Problème jugé "très grave"	(92)	39,7	(69)	47,4	(161)	42,7
	94,6		96,7		95,2	
Problème jugé "grave"	(127)	54,9	(71)	49,3	(198)	52,5
Problème jugé "peu important"	(13)	5,4	(5)	3,3	(18)	4,8
TOTAL	(232)	100	(145)	100	(377)	100
% horizontal	61,5%		38,5%		100	

2.6 Personnes consultées par les répondants[1]

Plusieurs répondants recourent à des consultations pour trouver une solution à leur problème. Des différences sensibles apparaissent entre les comportements des répondants suivant la nature de leurs problèmes. Ainsi, on constate qu'un pourcentage plus élevé

(1) "Consultation", désigne dans le présent chapitre l'action de prendre avis auprès de tierces personnes relativement au problème ou de prendre des renseignements auprès du professionnel. Il faut signaler que 40,8% des problèmes de biens et services en général ont effectivement donné lieu à des consultations.

de répondants aux prises avec des problèmes de qualité, soit 42,5% comparativement à 17,9% de répondants aux prises avec des problèmes de prix excessifs, ont recours à des consultations auprès d'un tiers. Comme le souligne "La société de consommation au Québec", "la propension à consulter quelqu'un est particulièrement faible lorsque le caractère anormal de la situation se manifeste de lui-même", notamment dans le cas des prix excessifs (1).

Tableau X

Consultations entreprises par les répondants

Nature des problèmes / Consultation	Prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%	Total (N)	%
Oui	(42)	17,9	(62)	42,5	(104)	27,6
Non	(190)	82,1	(83)	57,5	(273)	72,4
Total	(232)	100	(145)	100	(377)	100

Dans le secteur des services professionnels, sans égard à la nature du problème, on constate que les répondants ont recours à

(1) La proportion des consultations entreprises est sensiblement la même, qu'il s'agisse de prix excessifs de biens ou services en général (17,6%) ou de prix excessifs affectant les services professionnels (17,9%).

des consultations auprès d'un autre professionnel que celui qui est mis en cause, dans une proportion de 49,0%, alors que 21,4% d'entre eux s'en remettent au professionnel en cause; du reste, 14,3% des répondants s'adressent à l'association ou à la corporation professionnelle à laquelle appartient le professionnel en cause et 7,1% consultent une personne de l'entourage[1].

Les comportement diffèrent toutefois lorsqu'on aborde les consultations entreprises selon la nature du problème. Ainsi, 66,1% des répondants aux prises avec des problèmes de qualité consultent d'autres professionnels alors que seulement 23,1% des répondants aux prises avec des problèmes de prix excessifs font de même. Ces derniers ont plutôt tendance à limiter leurs consultations aux professionnels mis en cause (27,6% c. 18,1%) ou à consulter l'association ou la corporation professionnelle (23,8% c. 6,9%) ou encore, un membre de leur entourage (15,9% c. 0,0%). Sur la base de ces observations, on peut conclure que les répondants, suivant la nature du problème, ne consultent pas les mêmes catégories de personnes. Une forte majorité de répondants aux prises avec des problèmes de qualité consultent d'autres professionnels pour tenter de les résoudre alors que les répondants aux prises avec des problèmes de prix excessifs s'adressent à diverses catégories de personnes.

---

(1) Comme le soulignent les auteurs de "La société de consommation au Québec" (op. cit.), il est remarquable d'observer que la majorité des consultations s'effectuent à l'intérieur du milieu concerné (82,9% dans le cas de problèmes de biens et services en général et 70,4% dans le cas des problèmes de services professionnels). Voir chap. 11, parag. 11.2.4.

Tableau XI

Personnes ou organismes consultés par les répondants selon la nature des problèmes (1)

Catégories de pers. consultées / Nature des problèmes	Problèmes de prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%	TOTAL (N)	%
Le professionnel en cause	(11)	27,6	(10)	18,1	(21)	21,4
Un autre professionnel	(10)	23,1	(38)	66,1	(48)	49,0
L'Office de la protection du consommateur	(0)	0,0	(1)	2,4	(1)	1,0
Un avocat	(0)	0,0	(0)	0,7	(0)	0,0
Association ou corporation professionnelle	(10)	23,8	(4)	6,9	(14)	14,3
Personne de l'entourage	(7)	15,9	(0)	0,0	(7)	7,1
Autres	(4)	9,5	(3)	5,7	(7)	7,1
TOTAL (N) et %	(42)	100	(56)	100	(98)	100
%	42,9		57,1		100	

(1) On notera que la distribution des consultations, sans distinction du type de problèmes de services professionnels rencontrés, diffère sensiblement de celle relative aux problèmes de biens et services en général. Dans ce dernier cas, 63,3% des répondants entreprennent des démarches auprès de la personne ou l'entreprise impliquée, comparativement à 21,4% dans le cas des problèmes de services professionnels, soit trois fois moins; 19,6% entreprennent des consultations auprès d'un concurrent tandis que 49% des répondants aux prises avec des problèmes de services font de même. Cependant, on observe peu de différence dans les deux cas lorsqu'il s'agit d'un recours auprès d'un tiers (11,3% dans le secteur des biens.

Si l'on tient compte de la proportion de répondants qui ont recours à la consultation par rapport à l'ensemble des répondants on observe une situation sensiblement différente.

On constate alors que 12,7% (48/377) des répondants "consultent un autre professionnel" que celui mis en cause par le problème. On constate ensuite que seulement 3,7% des répondants (14/377) consultent la corporation ou l'association professionnelle à laquelle appartient le professionnel en cause. Ce point retient l'attention et soulève des interrogations. On peut se demander si la plupart des consommateurs croient à l'efficacité d'un recours à la corporation ou s'ils ignorent tout simplement l'existence d'un tel recours[1]. La réponse peut vraisemblablement comporter l'une et l'autre de ces considérations.

---

(1) Suite de la note précédente ...

et services en général et 14,3% dans le secteur des services professionnels). Voir à ce sujet "La société de consommation au Québec" (op. cit.) Chap. 11, tableau 11.9. On peut donc penser que les consommateurs aux prises avec des problèmes de services professionnels diffèrent dans leurs démarches des autres consommateurs. Toutefois, la distinction entre les démarches des consommateurs aux prises avec des problèmes de prix excessifs et celles des consommateurs aux prises avec des problèmes de qualité permet de constater que cette dernière observation est attribuable uniquement aux démarches associées aux problèmes de qualité.

(1) Rappelons qu'un sondage effectué par CROP pour le compte de l'Office des professions et intitulé (Le public face à l'Office des professions): Ce qu'il en connaît, ce qu'il en pense et ce qu'il en attend, Montréal, le Centre, décembre 1975, 49 f., devait révéler qu'une personne sur cent avouait "avoir eu recours aux services d'une corporation professionnelle au cours des trois dernières années".

Tableau XII

Consultations effectuées par rapport à l'ensemble des répondants aux prises avec les problèmes signalés*

Catégories de personnes consultées	(N)	%
Le professionnel en cause	(21/377)	5,6
Un autre professionnel	(48/377)	12,7
l'Office de la protection du consommateur	(1/377)	0,3
Association ou corporation professionnelle	(14/377)	3,7
Personne de l'entourage	(7/377)	1,9
Autres	(7/377)	1,9
TOTAL	(98/377)	26,0

* Etant donné l'infime proportion de répondants qui décident de consulter un avocat, nous avons jugé bon de ne pas distinguer ce type de consultation et de l'intégrer à la catégorie "autres".

3. Les plaignants et les non-plaignants

Parmi les démarches que peuvent entreprendre les consommateurs de services professionnels lorsqu'ils ont un problème, la plainte demeure incontestablement celle qui peut déboucher sur une solution satisfaisante. Aussi, il importe d'accorder une importance toute particulière à ce type de démarche de même qu'aux résultats qu'elle peut engendrer.

3.1 Plaintes portées par les répondants auprès des professionnels (1)

De façon générale, sans distinction de la nature des problèmes, on constate que 48,8% (184 / 377) des répondants portent plainte. Ce taux de plainte est sensiblement inférieur à celui observé dans le secteur des biens et services en général qui est de 64,4%. Les répondants aux prises avec des problèmes de qualité portent plainte, dans un pourcentage plus élevé, soit 57,9% (84 / 145), comparativement à 43,1% (100 / 232) des répondants aux prises avec des problèmes de prix excessifs. On peut attribuer cette différence au fait que les problèmes de prix excessifs découlent souvent d'une incapacité de payer certains prix exigés pour des services professionnels alors que les problèmes de qualité sont attribuables entièrement aux professionnels en cause.

---

(1) Le questionnaire n'a pas tenu compte des plaintes qui ont pu être portées auprès d'autres instances, notamment auprès des corporations professionnelles.

Tableau XIII

Plainte portée selon la nature du problème

Plaignants ou non-plaignants \ Nature des problèmes	Prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%	Total (N)	%
Plaignants	(100)	43,1	(84)	57,9	(184)	48,8
Non plaignants	(132)	56,9	(60)	41,4	(192)	50,9
Ne sait pas / Ne répond pas	(0)	0,0	(1)	0,7	(1)	0,3
TOTAL	(232)	100	(145)	100	(377)	100
% Horizontal	61,5		38,5		100	

Le fait de porter plainte ou de s'en abstenir peut s'expliquer dans une certaine mesure, par des caractéristiques d'ordre individuel. C'est pourquoi il convient de confronter, suivant chaque type de problème soulevé, les caractéristiques des plaignants et des non-plaignants.

3.2 Profil des plaignants et des non-plaignants selon la nature du problème rencontré (1)

3.2.1 Profil des plaignants et des non-plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs

Dans l'ensemble, on observe très peu de différence entre les caractéristiques des plaignants et non-plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs. Ainsi, on constate que les plaignants sont légèrement plus âgés (25,5% c/ 16,8% sont âgés de 55 ans et plus); un peu plus instruits (30,9% c/ 24,4% ont une formation post-secondaire) et vivent en couple proportionnellement en plus grand nombre (88,3% c/ 76,5%); un pourcentage plus élevé des plaignants occupent des emplois "subalternes" (32,5% c/ 19,7%) et disposent de revenus "inférieurs" (38,2% c/ 31,1%); un pourcentage plus important de plaignants habitent la région de Montréal (72,7% c/ 62,6%). On constate toutefois que, quelle que soit la taille de la municipalité à laquelle appartiennent les répondants, elle regroupe des proportions comparables de plaignants et de non-plaignants.

---

(1) "La société de consommation au Québec" précise (Chap. 11, parag. 11.3.1.) que "l'état des ressources socio-économiques ou culturelles des consommateurs n'exerce presque aucune influence sur l'intensité des démarches". En effet, "quels que soient le revenu familial, le niveau de scolarité, le niveau d'occupation, la propension à rationaliser les achats, le degré général d'information et de connaissance des recours juridiques, l'étendue du réseau social dans lequel ils évoluent, le degré de combativité et d'agressivité potentielles, le niveau d'intégration à l'idéologie de consommation de masse et du libéralisme économique, les consommateurs ne se distinguent que très faiblement quant à leur capacité et / ou volonté à conseiller quelqu'un, à se plaindre ou à effectuer des pressions". Bref, "le point central demeure, sans contredit, l'absence de démarcation et de différenciation quelque peu importante susceptible de départager les consommateurs entre eux. Les variations sont beaucoup trop faibles pour dégager des lignes de force significatives".

Tableau XIV

Profil des plaignants et des non-plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs

Caractéristiques socio-économiques % vertical		Plaignants		Non-plaignants	
		(N)	%	(N)	%
Age:	18-34 ans	(40)	39,8	(49)	37,0
	35-54 ans	(35)	34,7	(61)	46,2
	55 et +	(25)	25,5	(22)	16,8
		(N)	%	(N)	%
Scolarité:	Primaire	(22)	21,7	(27)	20,4
	Secondaire	(47)	47,4	(72)	55,2
	Post-secondaire	(31)	30,9	(32)	24,4
		(N)	%	(N)	%
Etat civil :	Couples	(88)	88,3	(101)	76,5
	Non couples	(12)	11,7	(31)	23,5
		(N)	%	(N)	%
Occupations :	"Subalternes"	(33)	32,5	(26)	19,7
	"Intermédiaires"	(44)	43,9	(64)	48,4
	"Supérieures"	(18)	17,0	(26)	20,1
	"Autres"	(6)	6,6	(15)	11,8
		(N)	%	(N)	%
Revenus:	Inférieurs ($\leqslant$ $12,000)	(34)	38,2	(36)	31,1
	Supérieurs ($\geqslant$ $12,126)	(55)	61,8	(80)	68,9
		(N)	%	(N)	%
Municipalités:	- 50,000 h.	(67)	67,2	(85)	64,7
	50,000 - 99,999 h.	(6)	6,3	(12)	9,0
	100,000 h. et +	(26)	26,5	(35)	26,3
		(N)	%	(N)	%
Régions:	Autres	(20)	20,5	(39)	29,7
	Québec	(7)	6,8	(10)	7,7
	Montréal	(73)	72,7	(82)	62,6

3.2.2 Profil des plaignants et des non-plaignants aux prises avec des problèmes de qualité

Contrairement à la situation des répondants aux prises avec des problèmes de prix excessifs, on observe des différences plus marquées entre les caractéristiques des plaignants et des non-plaignants aux prises avec des problèmes de qualité, quoique ces différences soient mineures.

On constate notamment que deux fois plus de plaignants ont 55 ans et plus (17,8% c/ 7,5%) ce qui accentue la tendance déjà observée relativement aux problèmes de prix excessifs. En outre, deux fois plus de plaignants ont une formation de niveau primaire (25,9% c/ 10,7%), alors qu'approximativement deux fois plus de non-plaignants ont une formation de niveau "supérieur" (39,7% c/ 20,9%). Rappelons à cet égard que les plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs sont légèrement plus scolarisés que les non-plaignants (30,9% c/ 24,4% ont reçu une formation "supérieure"). On assiste donc à un renversement de la tendance observée sur le plan de la scolarité entre les deux catégories de plaignants.

En ce qui concerne les occupations, on s'aperçoit qu'une proportion plus grande de plaignants appartient aux occupations "intermédiaires" (47,3%) comparativement aux non-plaignants (28,7%). Rappelons qu'aucune différence majeure n'est signalée à cet égard relativement aux problèmes de prix excessifs.

Plus que toute autre variable, la taille des municipalités semble influer sur le fait de porter plainte. De fait, alors que 51,1% des plaignants vivent dans des municipalités de 100 000 habitants et plus, on y rencontre seulement 16,5% de non-plaignants. A l'inverse, 83,5% des non-plaignants vivent dans des municipalités de moins de 50 000 habitants contre 43,9% des plaignants. Il serait présomptueux de tirer une conclusion quelconque à partir de ces dernières observations puisque la majorité des répondants, qu'ils soient plaignants ou non-plaignants, sont originaires de la région de Montréal dans une proportion respective de 74,6% et de 71,4%. Toutefois, on peut être enclin à penser qu'un certain nombre de non-plaignants vivent dans de petites municipalités comprises dans la région métropolitaine. Il convient aussi de rappeler qu'à propos de cette variable, aucune différence majeure n'est signalée relativement aux prix excessifs.

En somme, on observe des différences mineures entre les plaignants et les non-plaignants qui sont aux prises avec des problèmes de qualité: les plaignants seraient généralement un peu plus âgés, un peu moins scolarisés, appartiennent plus souvent aux occupations "intermédiaires" que les non-plaignants et la plupart d'entre eux vivent dans des villes de 100 000 habitants et alors qu'à l'inverse, les non-plaignants vivent en très grand nombre dans des villes de moins de 50 000 habitants.

Tableau XV

Profil des plaignants et des non-plaignants aux prises avec des problèmes de qualité

Caractéristiques socio-économiques % vertical		Plaignants		Non-plaignants	
		(N)	%	(N)	%
Age:	18-34 ans	(30)	35,5	(27)	45,3
	35-54 ans	(39)	46,7	(28)	47,2
	55 ans et +	(15)	17,8	(4)	7,5
		(N)	%	(N)	%
Scolarité:	Primaire	(22)	25,9	(6)	10,7
	Secondaire	(45)	53,2	(30)	49,6
	Post-secondaire	(18)	20,9	(24)	39,7
		(N)	%	(N)	%
Etat civil:	Couples	(70)	83,1	(49)	81,2
	Non couples	(14)	16,9	(11)	18,8
		(N)	%	(N)	%
Occupations:	"Subalternes"	(27)	32,8	(21)	38,0
	"Intermédiaires"	(38)	47,3	(16)	28,7
	"Supérieures"	(13)	17,1	(9)	17,5
	"Autres"	(2)	2,8	(9)	15,8
		(N)	%	(N)	%
Revenus:	"Inférieurs" ($\leq$ $12,000)	(22)	28,7	(15)	28,1
	"Supérieurs" ($\geq$ $12,126)	(55)	71,2	(38)	72,0
		(N)	%	(N)	%
Municipalités:	- 50,000 h.	(37)	43,9	(50)	83,5
	50,000 - 99,999 h.	(4)	5,0	(0)	0,0
	100,000 h. et +	(43)	51,1	(10)	16,5
		(N)	%	(N)	%
Régions:	Autres	(18)	21,4	(12)	20,0
	Québec	(3)	4,0	(5)	8,5
	Montréal	(63)	74,6	(43)	71,4

Il faut admettre qu'à la lecture de ces données sur les différences entre le profil des plaignants et celui des non-plaignants, il est périlleux d'élaborer une hypothèse quelconque sur les liens de causalité possibles entre le fait de porter plainte et l'une ou l'autre de ces caractéristiques individuelles[1].

3.3 Demandes formulées par les plaignants

Les demandes formulées par les plaignants varient suivant la nature même du problème. Ainsi, en ce qui concerne les problèmes de prix excessifs, 47,8% des plaignants demandent une réduction du prix ou un dédommagement, 45,2% d'entre eux demandent des renseignements et 4,7% exigent soit un remboursement soit l'annulation du contrat.

Quant aux problèmes de qualité, les plaignants formulent des demandes liées à la nature du service reçu. Ainsi, 49,7% d'entre eux exigent que le travail soit repris, ou encore, que le bien soit réparé ou remplacé, 26,0% se contentent de demander des renseignements et 12,8% exigent le respect du contrat ou son annulation avec remboursement; enfin, 10,5% des plaignants font d'autres demandes.

---

(1) Quoique le rapport général de l'enquête ait souligné (Voir chap. 11, parag. 11.3.2.3) que "l'importance des plaintes exprimées dépend essentiellement de la nature des problèmes rencontrés (le type de problème, sa gravité subjective et les pertes monétaires encourues)...", il ne semble pas que pareille observation puisse être faite sans restriction dans le cas des problèmes de services professionnels. S'il est vraisemblable que la nature du problème soulevé commande souvent un certain type d'intervention, il n'est pas établi pour autant que dans le cas des problèmes de services professionnels, la gravité ou la perte monétaire encourue aient une influence quelconque sur l'importance des plaintes exprimées.

Bref, à l'exception des démarches fondées sur la nature même du problème, on observe qu'approximativement deux fois plus de plaignants aux prises avec des prix excessifs demandent des informations (45,2% c/ 26,0%) alors qu'approximativement trois fois plus de plaignants aux prises avec des problèmes de qualité font porter leurs demandes sur les dimensions contractuelles, ou sur le remboursement, ou encore sur les deux à la fois.

Tableau XVI

Demandes formulées par les plaignants

Nature des problèmes / Demandes des plaignants	Prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%	Total (N)	%
Réduire prix ou dédommager	(48)	47,8	(1)	0,8	(49)	26,6
Réparer bien ou reprendre le travail mal fait/ remplacer bien	(2)	0,7	(42)	49,7	(44)	23,9
Respecter contrat/ rembourser, annuler contrat	(5)	4,7	(10)	12,8	(15)	8,2
Demandes de renseignements	(45)	45,2	(22)	26,0	(67)	36,4
Autres demandes	-	-	(9)	10,5	(9)	4,9
Total	(100)	100	(84)	100	(184)	100
% horizontal		54,3		45,7		100

3.4 Pressions exercées par les plaignants

Les pressions qu'exerce un plaignant peuvent être interprétées comme un indice de sa détermination à aboutir à une solution acceptable. On constate néanmoins que seulement un petit nombre de plaignants aux prises avec des problèmes de services professionnels ont entrepris d'exercer des pressions, plus précisément, 22,6% des plaignants aux prises avec des prix excessifs et 25,8% des plaignants aux prises avec des problèmes de qualité[1]. On note donc, à ce propos, peu de différences entre les deux groupes de plaignants, ce qui laisse croire que les problèmes de services professionnels, contrairement aux autres problèmes, en incitent plusieurs à n'exercer aucun recours.

Compte tenu du faible pourcentage de répondants qui exercent des pressions pour chacun des deux types de problèmes soulevés, on se limitera à relever les principales tactiques utilisées, sans distinction de la nature du problème. Ainsi, 46% des répondants ayant exercé des pressions sont revenus à la charge plusieurs fois, 28% d'entre eux ont menacé de ne plus faire affaire avec les professionnels mis en cause, et 10% ont refusé d'acquitter la facture; enfin, 8% seulement des répondants affirment avoir fait appel à un avocat ou être allés en justice.

---

(1) A noter que ces deux pourcentages sont légèrement supérieurs à ceux observés chez les plaignants aux prises avec des problèmes de biens et / ou de services en général (16,9%). Si on observe de plus près les pressions exercées par les plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs dans le secteur biens et des services en général, on constate dans ce dernier cas que les pressions s'y font beaucoup plus rares (6,9%), ce qui porte à penser que les problèmes des prix excessifs dans le secteur des services professionnels rendent plus revendicateurs les consommateurs aux prises avec ces problèmes.

Tableau XVII

Nature des pressions exercées

Pressions exercées	(N)	%
Refus d'acquitter la facture	(5)	10,0
Revenir à la charge plusieurs fois	(23)	46,0
Menacer de ne plus faire affaires avec le professionnel	(14)	28,0
Faire appel à un avocat ou aller en justice	(4)	8,0
Faire une mauvaise publicité au professionnel	(1)	2,0
Autres menaces	(3)	6,0
TOTAL	(50)	100

Que près de la moitié des répondants reviennent à la charge plusieurs fois dénote incontestablement une volonté d'en arriver à une solution satisfaisante avec le professionnel en cause de même qu'une certaine assurance que ce dernier est le mieux placé pour apporter une solution au problème[1]. Par ailleurs, le fait de ne recourir à des tierces personnes que dans une faible proportion, soit 8%, dénote une certaine dépendance des consommateurs à l'endroit des producteurs de services professionnels[2].

3.5 Relations entre professionnels et plaignants

La nature des relations qui existent entre les professionnels mis en cause et les plaignants n'est pas sans intérêt[3]. On remarque que 41,2% des plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs jugent que les relations qu'ils ont eues avec leur professionnel ont été "faciles"; plus précisément, 19,4% qualifient ces relations de "très faciles" et 21,8% de "plutôt faciles"; par contre,

---

(1) Comme le montre le rapport général de l'enquête, les pressions exercées par les répondants n'ont que peu ou prou d'influence sur le résultat final. Voir "La société de consommation au Québec" (Op. cit.) Chap. 12, parag. 12.1.2.

(2) Cette tendance a été aussi associée aux pressions exercées par les consommateurs aux prises avec des problèmes de biens ou services en général. D'après les auteurs du rapport général, cette tendance "révèle jusqu'à quel point les problèmes qui naissent d'un acte de consommation sont traités et réglés d'une manière aussi individualisée que cet acte lui-même". Voir "La société de consommation au Québec" (Op. cit.) Chap 11, parag. 11.2.5.

(3) Pour l'ensemble des problèmes signalés et pris en charge, le rapport général de l'enquête fait ressortir que "le type de relations... dépend étroitement du degré de gravité des problèmes et des enjeux monétaires qui caractérisent les problèmes de consommation". Voir "La société de consommation au Québec" (Op. cit.) Chap. 12, parag. 12.1.3.

les répondants jugent au contraire qu'elles ont été "difficiles" (58,8%), "plutôt difficiles" (34,5%), "très difficiles" (24,3%).

La situation est toutefois différente chez les plaignants aux prises avec des problèmes de qualité. On constate que la majorité des plaignants, soit 83,7%, estiment que les relations qu'ils ont eues avec leur professionnel ont été généralement "faciles". Seuls 16,3% des plaignants sont d'avis qu'elles ont été "difficiles". Il ne faut pas perdre de vue que ces jugements portés sur les relations avec les professionnels en cause découlent tout aussi bien d'un ensemble de facteurs plus ou moins subjectifs que des résultats obtenus grâce à ces démarches.

Tableau XVIII

Relations entre professionnels et plaignants

Nature des problèmes / Nature des relations	Prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%	Total (N)	%
"Très faciles"	(18)	19,4	(41)	49,0	(59)	33,3
"Plutôt faciles"	41,2 (20)	21,8	83,7 (29)	34,7	(49)	27,7
"Plutôt difficiles"	(32)	34,5	(14)	16,3	(46)	26,0
"Très difficiles"	58,8 (23)	24,3	(0)	0,0	(23)	13,0
Total	(93)	100	(84)	100	(177)	100

3.6 Résultats des démarches des plaignants

Il importe d'abord d'indiquer que les résultats liés aux problèmes de prix excessifs se présentent de façon sensiblement analogue, qu'il s'agisse de services professionnels ou de biens et services en général[1] et quelle que soit la nature du bien ou du service mis en cause.

On constate que 57,6% (106 / 184) des répondants qui ont effectivement porté plainte, déclarent avoir dû abandonner leurs démarches sans avoir obtenu satisfaction. Il existe cependant des différences assez marquées, en regard du résultat final, entre les plaignants qui sont aux prises avec des problèmes de prix excessifs et les plaignants qui sont aux prises avec des problèmes de qualité. Ainsi, 73,0% (73 / 100) des plaignants de la première catégorie avouent avoir abandonné toute démarche après la fin de non recevoir opposée à leur plainte alors que seulement 39,3% (33 / 84) des plaignants de la seconde catégorie ont connu le même sort[2]. Par contre, 60,7% (51 / 84) des plaignants aux prises avec des problèmes de qualité obtiennent soit un "gain de cause", soit un "compromis"

---

(1) Le rapport général précise que "les problèmes de prix jugés **excessifs** sont parmi les secteurs de problèmes où le taux d'inaction est le plus élevé (46,9%) et où le sentiment d'impuissance chez les non-plaignants est le plus généralisé (75,2%)". Le rapport ajoute que "le résultat des démarches entreprises par ceux qui tentent quelque chose confirme le sentiment d'impuissance généralement ressenti par ceux qui n'entreprennent pas de moyens de revendication". Voir "La société de consommation au Québec" (Op. cit.) Chap.12, parag. 12.1.1.

(2) Ainsi que l'indique le rapport général, "les problèmes de prix excessifs de biens et services donnent lieu à des démarches dont le résultat est massivement négatif: 79,8%". Voir "La société de consommation au Québec" (Op. cit.) Chap. 12, parag. 12.1.1.

alors que seulement 18,0% (18 / 100) des plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs connaissent les mêmes résultats[1].

Ces résultats sur l'issue des demandes des plaignants des deux catégories méritent de retenir l'attention. On observe donc une situation diamétralement opposée quant au résultat final pour les plaignants, selon qu'il s'agit de problèmes de prix excessifs ou, de problèmes de qualité[2]. On est frappé par la forte proportion (73%) de plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs dont les plaintes n'ont aucune suite. Il faut cependant rappeler que cette situation n'est pas particulière aux services professionnels puisque des résultats analogues ont été observés dans le cas des biens et services en général. Par ailleurs, même si la proportion des plaignants de la seconde catégorie dont la plainte demeure sans suite est nettement moins forte, elle demeure pourtant suffisamment élevée pour susciter l'intérêt de plusieurs. Bref, dans l'ensemble, force est de reconnaître que la situation des plaignants aux prises avec des problèmes de services professionnels est bien loin d'être aussi satisfaisante qu'on serait généralement tenté de le croire.

---

(1) Très significativement, le rapport général signale que "les questions monétaires exercent en fait une influence considérable sur le résultat des démarches. Les problèmes se caractérisant par une incidence monétaire élevée révèlent un taux d'échec élevé... (45.6%)... Les problèmes sans incidence monétaire se caractérisent par un taux de succès impressionnant... (66,7%)". Voir "La société de consommation au Québec" (Op. cit.) Chap. 12, parag. 12.1.1.

(2) On peut toutefois déplorer que l'enquête n'ait pas permis d'identifier clairement toutes les instances auprès desquelles portent plainte les consommateurs aux prises avec des problèmes découlant de services professionnels.

Tableau XIX

Résultat final des démarches des plaignants selon la nature du problème

Résultats des démarches / Nature des problèmes	Prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%	Total (N)	%
Abandon sans aucun résultat	(73)	73,0	(33)	39,3	(106)	57,6
Gain ou compromis	(18)	18,0	(51)	60,7	(69)	37,5
Autres résultats	(6)	6,0	(0)	0,0	(6)	3,3
N.S.P. / N.R.P.	(3)	3,0	(0)	0,0	(3)	1,6
TOTAL	(100)	100	(84)	100	(184)	100

3.7 Le degré de satisfaction des plaignants[1]

Le degré de satisfaction des plaignants semble évoluer différemment selon qu'il s'agit de problèmes de prix excessifs ou de

(1) Quel que soit le secteur des biens ou des services mis en cause par les problèmes soulevés et quelles que puissent être les démarches entreprises par les répondants, le rapport général fait ressortir que "44,2% des problèmes **se** sont réglés d'une manière jugée insatisfaisante par les répondants contre 37,5% qui se sont réglés d'une manière satisfaisante". Voir **"La société de consommation au Québec"** (Op. cit.) Chap. 12, parag. 12.2.

problèmes de qualité. Dans le premier cas, ils sont plutôt insatisfaits des résultats de leur démarche mais non dans le second cas.

Curieusement, chez ceux qui se plaignent de la qualité, on observe une contradiction: la totalité (33 / 33) de ceux qui abandonnent sans avoir obtenu quelque résultat se disent, malgré tout, "satisfaits"; également satisfaits sont ceux qui ont obtenu, soit un "gain de cause" ou un "compromis" (74,5% ou 38 / 58); ce qui signifie que chez les uns et les autres, quelle que soit l'issue des démarches, on est satisfait à 84,5% (71 / 84).

Par ailleurs, la situation se présente à l'inverse chez les plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs. Ainsi, 76,1% (70 / 92) des plaignants, quelle que soit l'issue de leur plainte, se disent "insatisfaits"(1). L'insatisfaction se retrouve cependant chez les plaignants qui abandonnent leurs démarches avant d'avoir obtenu un résultat quelconque, dans une proportion atteignant 88,6% (62 / 70). Néanmoins, le taux de satisfaction ou d'insatisfaction est comparable chez ceux qui obtiennent soit "gain de cause", soit un "compromis".

---

(1) Ces résultats réflètent en quelque sorte les résultats rattachés aux problèmes de prix excessifs qui affectent l'ensemble des biens et services en général. A titre d'exemple, le rapport général de l'enquête constate que "79,8% des problèmes de prix jugés excessifs aboutissent à un résultat négatif des démarches et 74,2% des problèmes de prix excessifs se règlent d'une manière insatisfaisante pour les consommateurs". Voir "La société de consommation au Québec" (Op. cit.) Chap. 12, parag. 12.2.1.

Paradoxalement, le degré de satisfaction des plaignants aux prises avec des problèmes de qualité et dont la plainte demeure infructueuse pourrait s'expliquer notamment par la possibilité qu'ils aient trouvé une solution à leur problème en s'adressant à un autre professionnel [1], ce qui ne peut être évidemment le cas des plaignants aux prises avec des problèmes de prix excessifs.

Tableau XX

Niveau de satisfaction des plaignants selon le résultat final

Satisfaction / Résultats (N) et % horizontal	Prix excessifs						Problèmes de qualité					
	Satisfaits (N)	%	Insatisfaits (N)	%	Non réglé (N)	%	Satisfaits (N)	%	Insatisfaits (N)	%	Non réglé (N)	%
Abandon sans aucun résultat	(8)	11,4	(62)	88,6	(0)	0,0	(33)	100	(0)	0,0	(0)	0,0
Gain ou compromis	(7)	43,7	(6)	37,5	(3)	18,8	(38)	74,5	(13)	25,5	(0)	0,0
Autres résultats	(0)	0,0	(2)	33,3	(4)	66,7	(0)	0,0	(0)	0,0	(0)	0,0
TOTAL	(15/92)	16,3	(70/92)	76,1	(7/92)	7,6	(71/84)	84,5	(13/84)	15,5	(0)	0,0

(1) On constate que 35% des plaignants aux prises avec des problèmes de qualité et dont la plainte demeure infructueuse ont remédié à leur problème en s'adressant à un autre professionnel.

3.8 Motifs à l'origine de l'inaction des non-plaignants

Quels peuvent être les principaux motifs invoqués par les répondants qui se sont abstenus de porter plainte? Dans l'ensemble, sans distinction du problème, 60,5% (112/ 185) des non-plaignants estiment que "ça n'aurait rien donné" de porter plainte[1] alors que, 25,4% (47 / 185) jugent leur propre problème "peu important" et que 7,6% (14 / 185) attribuent leur inaction à la "simple négligence".

Cependant, si l'on tient compte de la nature du problème des non-plaignants, on peut observer des différences importantes. Ainsi, 78,8% (100 / 126) des non-plaignants mécontents des prix sont d'avis que "ça n'aurait rien donné de porter plainte" alors que seulement 20,8% (12 / 59) des non-plaignants mécontents de la qualité partagent cet avis. Par contre, 64,2% des non-plaignants ayant un problème de qualité justifient leur inaction par le fait que le problème "n'était pas assez important". Ici encore, on observe une situation très différente selon qu'il s'agisse de prix excessifs ou de qualité. On constate, que les plaignants et les non-plaignants mécontents de la qualité sont beaucoup moins critiques dans l'appréciation de leur problème que ceux à qui l'on réclame des prix excessifs. Bref, tant

---

(1) Le rapport général signale que 62.1% des non-plaignants aux prises avec des problèmes de toute nature se déclarent "insatisfaits de la façon dont le problème s'est finalement réglé". Précisons que les non-plaignants aux prises avec ces problèmes invoquant pareil motif représentent 54.2% de l'échantillon global (1006 / 1854). Voir "La société de consommation au Québec" (Op. cit.) Chap. 12, parag. 12.2.1.

chez les plaignants que chez les non-plaignants, les problèmes de qualité et les problèmes de prix excessifs engendrent des attitudes différentes. En dressant le bilan des suites données à leurs problèmes, ceux qui se plaignent des prix sont beaucoup plus critiques que ceux qui se plaignent de la qualité.

Cette attitude d'impuissance affichée par les non-plaignants en face des prix excessifs reflète en quelque sorte les résultats généralement obtenus par les plaignants. Ce sentiment d'impuissance a d'ailleurs été mis en évidence dans le Rapport général de l'Office de la protection du consommateur[1].

Par contre, le peu d'importance attribué aux problèmes de qualité (motif principalement invoqué par 64,2% des non-plaignants) n'est pas justifié car il existe, en fait, en cas de recours une probabilité de gain ou de compromis relativement élevée (60,7%). A l'instar du Rapport général, on peut donc conclure que "le sentiment d'impuissance" affiché par les non-plaignants "n'est pas un sentiment vague ou farfelu, mais correspond à une situation de fait des plus réelles".

---

(1) Celui-ci a notamment fait ressortir que "les problèmes de prix jugés excessifs sont parmi les secteurs de problèmes où le taux d'inaction est le plus élevé (46,9%) et où le sentiment d'impuissance chez les non-plaignants est le plus généralisé (75,2%). Le résultat des démarches entreprises par ceux qui tentent quelque chose confirme le sentiment d'impuissance généralement ressenti par ceux qui n'entreprennent pas des moyens de revendication: les consommateurs plaignants n'obtiennent que rarement satisfaction dans le cas des prix jugés excessifs". Voir "La société de consommation au Québec", Chap. 12, parag. 12.1.1.

Tableau XXI

Motifs à l'origine de l'inaction des non-plaignants

Motifs de l'inaction \ Nature des problèmes	Prix excessifs (N)	%	Problèmes de qualité (N)	%	Total (N)	%
Ça n'aurait rien donné de porter plainte	(100	78,8	(12)	20,8	(112)	60,5
Le problème n'était pas assez important	(9)	7,3	(38)	64,2	(47)	25,4
Simple négligence	(5)	4,0	(9)	15,0	(14)	7,6
Le professionnel n'était pas responsable du problème	(1)	1,0	(0)	- 0,0	(1)	0,6
Autres motifs	(11)	8,9	(0)	0,0	(11)	5,9
Total	(126)	100	(59)	100	(185)	100

4. Conclusion

L'analyse des données de l'enquête de l'Office de la protection du consommateur permet de constater un certain nombre de faits touchant les principaux problèmes qui affectent la consommation de services professionnels.

En plus du sentiment d'impuissance et de l'attitude de défaitisme manifestés par plus de 40% des répondants de l'enquête générale - et cela en dépit des recours offerts - les données relèvent l'existence d'un nombre élevé de problèmes dans les services professionnels. On constate ainsi que 6,4% de l'ensemble des problèmes signalés dans le cadre de l'enquête découlent directement de la consommation des services professionnels, soit 536 problèmes de cette nature sur un total de 8 438 problèmes divers. Précisions que ces 536 problèmes représentent 20,4% (1) du nombre total des problèmes de services.

L'importance de ces problèmes, nous l'avons vu, ne fait aucun doute aux yeux des répondants. Soulignons que ces problèmes causent des pertes monétaires apparemment importantes à 39,1% des répondants.

---

(1) Voir à cet effet le tableau XXII, "résumé synoptique de l'origine et du cheminement de l'échantillon analysé".

Par ailleurs, on constate que près de la moitié des répondants portent plainte et que 50% d'entre eux disent que cette démarche demeure sans résultat. La situation est encore plus grave lorsqu'on aborde le résultat obtenu par les plaignants selon la nature de leur problème. Ainsi, trois plaignants sur quatre mécontents des prix doivent abandonner leur recours sans avoir obtenu satisfaction. Par contre, trois plaignants sur cinq mécontents de la qualité obtiennent soit un gain, soit un compromis.

Enfin, les trois quarts des plaignants mécontents des prix se disent "insatisfaits" alors qu'à l'inverse quatre plaignants sur cinq mécontents de la qualité se disent "satisfaits". Il ressort donc de la présente analyse que les problèmes de services professionnels sont avant tout des problèmes de prix excessifs.

Force nous est de reconnaître l'importance des résultats observés à la suite de cette enquête. Le volume appréciable de problèmes de prix excessifs, les échecs essuyés et l'insatisfaction ressentie par une forte majorité des plaignants, voilà des motifs suffisants, à première vue, pour justifier que l'on s'interroge sur la protection dont jouissent les consommateurs de services professionnels.

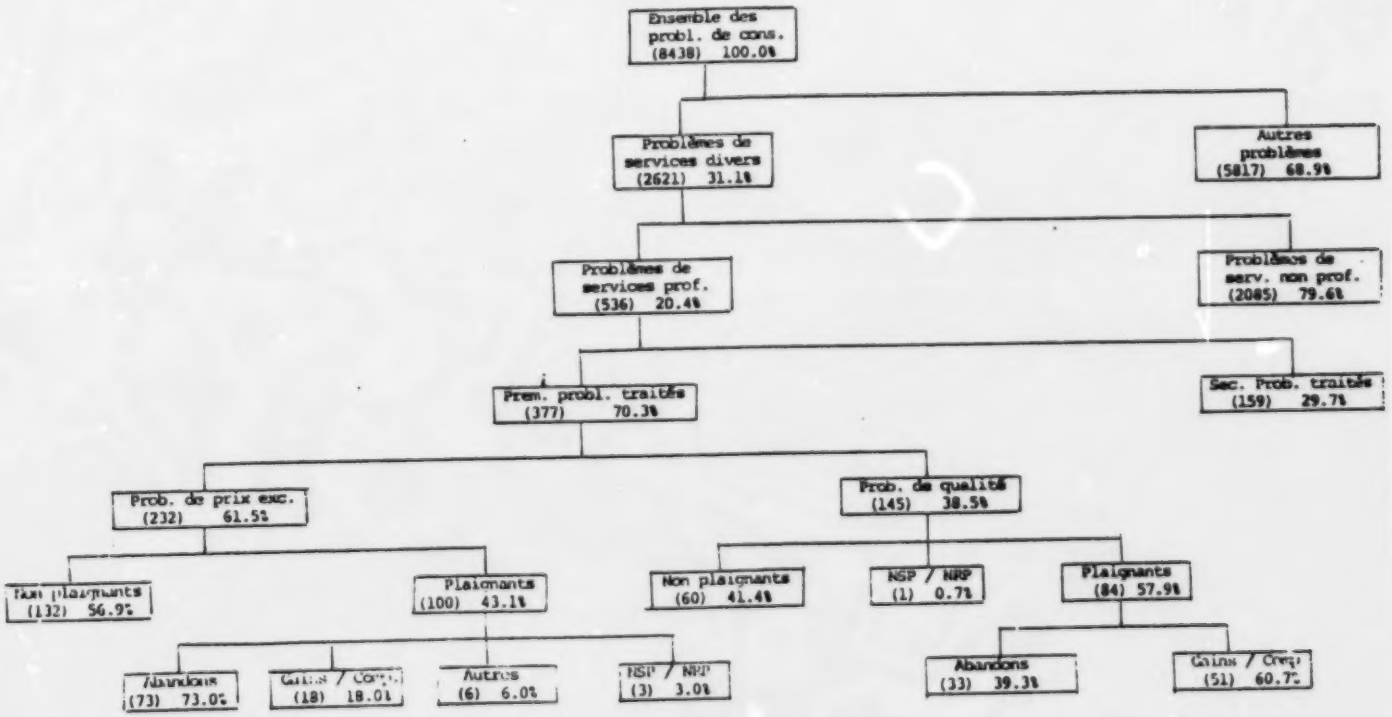
Toutefois, l'imprécision de certains concepts utilisés dans le cadre de l'enquête, notamment la notion de "qualité des services", l'absence de questions portant expressément sur l'utilisation des

recours offerts (syndics, procédure de conciliation et d'arbitrage des comptes d'honoraires professionnels) de même que le caractère trop général de certaines questions par rapport aux problèmes soulevés (comme, par exemple, la valeur absolue attribuée aux déboursés excessifs), voilà autant de motifs valables pour s'abstenir de toute conclusion définitive.

C'est pourquoi, à la suite de ce rapport, il importe de poursuivre l'enquête amorcée par l'Office de la protection du consommateur. Aussi, l'Office des professions a-t-il effectué un sondage sur la consommation de services professionnels et l'utilisation des recours offerts aux consommateurs. Ainsi, cette évaluation de la situation des consommateurs de services professionnels devrait, à plus long terme, permettre de fournir un éclairage sur les fondements socio-économiques des honoraires généralement exigés pour tel ou tel service professionnel, les différentes composantes de la qualité de ces services de même que la relation prix-qualité dans les services professionnels offerts aux consommateurs québécois. Une telle évaluation apparaît comme une étape nécessaire dans l'analyse de la distribution et de la consommation de services professionnels.

Tableau XXII

Résumé synoptique de l'origine et du cheminement de l'échantillon analysé



N.B. : Les % sont calculés à partir du nombre précédent.

APPENDICE 1

QUELQUES ELEMENTS METHODOLOGIQUES

(Extraits de "La société de consommation au Québec", Office de la protection du consommateur/Editeur officiel du Québec, mai 1980)

1. Les unités de consommation comme base d'analyse

Si notre enquête est axée sur les consommateurs comme élément-témoin capable de nous donner accès ou d'appréhender la société de consommation comme phénomène d'ensemble, l'unité de base de l'étude est le logement. Par là, nous entendons que le consommateur interrogé traite des comportements, des ressources, des besoins et des problèmes qui se posent à l'ensemble de l'unité de consommation dans laquelle il est directement impliqué. En ce sens, nous sommes saisis des questions et préoccupations qui impliquent l'ensemble du logement et non le seul consommateur en tant qu'individu. Les personnes interrogées devaient en fait répondre aux deux exigences suivantes:

1) seules les personnes de 18 ans et plus qui résidaient au Québec depuis au moins un an pouvaient être interrogées;

2) dans les cas où le logement est habité par une famille ou un couple sans enfant (marié ou vivant maritalement) la personne choisie alternait entre le chef de ménage masculin (mari) et le chef de ménage féminin (épouse). Dans tous les autres cas (famille monoparentale, célibataire(s), veuf(ve), séparé(e), divorcé(e), religieux(se), la personne interrogée est le chef de ménage unique.

Autrement dit, nous avons considéré que le chef de ménage était le meilleur indicateur pour témoigner des habitudes de consommation, des préoccupations et problèmes qui se posent à l'ensemble du ménage ou de la famille qui habite un logement.

2. Tirage de neuf échantillons à partir de la liste électorale du Québec de novembre 1976

Dès le départ, nous avons voulu être en mesure d'effectuer une analyse qui permette une vision d'ensemble de la société de consommation au Québec et qui, en même temps, tienne compte des particularités et différences régionales qui peuvent s'avérer très importantes dans le secteur de la consommation. Nous avons ainsi construit neuf échantillons représentatifs de neuf régions administratives du Québec * à partir de la liste électorale la plus récente, soit celle de novembre 1976. Le tableau 1 nous donne le nombre d'entrevues complétées par région administrative.

Sauf pour la région métropolitaine de Montréal, toutes les régions ont donné un taux de réponse élevé, supérieur à 70% et même supérieur à 80% dans certaines régions. Nous avons de fait largement dépassé le minimum fixé de 1 700 entrevues complétées. La situation particulière de la région 06 (Montréal) n'est pas inquiétante car nous avions prévu ce taux de réponse en augmentant légèrement dans l'échantillon le nombre de personnes à interroger. Nous avons complété dans cette région 507 entrevues alors que le minimum fixé était de 475 entrevues.

---

* Nous avons éliminé la région du Nouveau-Québec et de la Baie James compte tenu de la très faible population qui habite ces régions et compte tenu de la non pertinence d'étudier ces espaces périphériques qui sont presque complètement exclus de l'influence de la société de consommation.

Tels quels, ces échantillons, même additionnés, ne forment pas un échantillon représentatif de l'ensemble de la population québécoise, car les régions peu peuplées comme la Côte-Nord ou le Nord-Ouest sont fortement sur-représentées tandis que la région métropolitaine de Montréal est fortement sous-représentée par rapport à son poids réel *. L'application des coefficients de pondération visait à rétablir l'équilibre entre les régions pour obtenir un échantillon représentatif de la population québécoise. Concrètement, cette opération ** a entraîné une redistribution de fréquence basée sur un échantillon de 2 991 répondants et non plus de 1 879 (tableau 2).

La présente étude est uniquement basée sur l'échantillon pondéré, c'est-à-dire que les analyses effectuées sont axées essentiellement sur une compréhension de la société québécoise perçue dans son ensemble, comme entité collective. La saisie de possibles configurations régionales, notamment au niveau de l'ampleur et de la nature des problèmes de consommation vécus, feront l'objet d'une série de mini-études qui seront entreprises une fois l'étude globale terminée.

---

* A titre d'exemple, la région 06 compte 56,1% de la population québécoise, inscrite sur les listes électorales de 1976, mais elle n'a que 27% des répondants à l'enquête.

** Objectifs de la pondération:

1. Ne pas grossir démesurément le nombre des répondants;
2. assurer une correspondance entre la distribution observée dans la population et celle observée dans l'échantillon pondéré, compte tenu des contraintes du S.P.S.S.;
3. avoir suffisamment de cas pour l'analyse dans chaque strate, c'est-à-dire environ 100 cas (nous conservons deux seules exceptions à cette règle).

TABLEAU 1: Nombre d'entrevues complétées par région administrative du Québec.

REGIONS DU QUEBEC	NOMBRE DE SELECTIONS	NOMBRE D'ENTREVUES COMPLETEES	
		(n)	(%)
TOTAL	2602	1879	72.2
01 Bas St-Laurent-Gaspésie	198	167	84.3
02 Saguenay-Lac St-Jean	204	157	77.0
03 Québec	388	286	73.7
04 Trois-Rivières	202	149	73.8
05 Cantons de l'Est	203	164	80.8
06 Montréal	826	507	61.4
07 Outaouais	199	140	70.4
08 Nord-Ouest	194	164	84.5
09 Côte-Nord	189	145	76.7

TABLEAU 2: Distribution de l'échantillon par région administrative selon le modèle de pondération retenu.

REGIONS ADMINISTRATIVES	POPULATION REELLE DES 18 ANS ET PLUS EN % (élections de novembre 1976)	REPONDANTS A L'ENQUETE DE L'O.P.C.		PONDERATION	ECHANTILLON PONDERE	
		(n)	(%)		(n)	(%)
01	3.7	167	8.9	0.7	117	3.9
02	4.5	157	8.4	0.9	141	4.7
03	16.4	286	15.2	1.7	486	16.3
04	7.2	149	7.9	1.4	209	7.0
05	3.9	164	8.7	0.7	115	3.8
06	56.1	507	27.0	3.3	1673	56.0
07	4.1	140	7.5	0.9	126	4.2
08	2.4	164	8.7	0.4	66	2.2
09	1.7	145	7.7	0.4	58	1.9
TOTAL	100%	1879	100%		2991	100%

3. Enquête par questionnaire au domicile des répondants

Durant les mois de septembre et d'octobre 1977, plus de cent interviewers, sous la responsabilité et la direction de l'Institut de cueillette et d'information (I.N.C.I.) ont sillonné le Québec pour interroger à domicile les chefs de ménage qui habitaient les logements sélectionnés au hasard. D'une durée moyenne d'une heure et demie, l'entrevue, assez complexe, était régie par un certain nombre de règles qui ont fait l'objet d'un manuel technique définissant les particularités et les difficultés dans l'administration du questionnaire. Ce manuel fut préparé à l'intention des interviewers pour servir d'outil de travail lors des cinq séances de formation des enquêteurs au début de septembre 1977.

Le questionnaire comportait 363 questions qui ont engendré plus de 1 000 variables. Le questionnaire est divisé en quatre parties distinctes:

1. Les habitudes de consommation: informations sur leur niveau de consommation, leurs comportements d'achats, leur utilisation du crédit, leurs mécanismes individuels et sociaux de défense et leurs attitudes générales à l'égard de la société de consommation de masse.

2. Les problèmes de consommation vécus depuis un an: informations sur la nature des problèmes rencontrés et sur ce que les consommateurs ont fait pour tenter de les régler. Onze (11) types différents de problèmes de consommation ont été traités dans cette partie:

1. maison
2. logement
3. automobile
4. crédit
5. livraison d'un bien
6. publicité trompeuse
7. prix excessifs de biens et services
8. défectuosités de biens
9. qualité des services
10. services d'utilité publique
11. nourriture

3. Les loisirs et le budget de la famille: informations générales sur les loisirs pratiqués, les composantes du budget, la situation financière des familles, les privations ressenties et les aspirations entretenues.

4. Le profil socio-économique: informations sur les caractéristiques socio-économiques des répondants et de leurs conjoints s'il y a lieu.

4. La représentativité de l'échantillon

Nous présentons dans l'annexe 1 une brève analyse comparative entre les caractéristiques socio-économiques des chefs de ménage de notre échantillon et celles établies par Statistique Canada pour l'ensemble des chefs de ménage Québécois en vue de mesurer la représentativité de l'échantillon.

Comme le démontrent les données fournies dans cette annexe, les comparaisons établies selon l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, l'état civil et le revenu familial sont très satisfaisantes. Seules la proportion des propriétaires et des locataires et surtout la proportion des anglophones et des francophones posent un certain problème de représentativité qui nous a amenés à éliminer de notre analyse toute comparaison basée sur la langue maternelle.

APPENDICE 2

Questions portant sur les problèmes de Services professionnels tirées du questionnaire de l'Office de la protection du consommateur

Questions 23, 32, 34,
233 → 250, 277 → 294

23. J'aimerais maintenant savoir si vous êtes personnellement tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt en désaccord ou tout à fait en désaccord avec les propositions suivantes:

(Présentez la carte numéro 1 au répondant) *

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord	Sans opinion	
a) quand on a signé un contrat, on ne peut plus rien faire, il faut le respecter	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5	32
b) en général, on ne peut pas se défendre efficacement lorsqu'on a un problème avec un **commerçant**	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5	33
c) en général, on ne peut pas se défendre efficacement lorsqu'on a un problème avec un **professionnel**	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5	34
d) dans la plupart des cas, il est difficile de faire respecter la garantie d'un bien par le fabricant	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5	35
e) quand on a un problème avec un commerçant ou un professionnel, il vaut toujours mieux se résigner à un compromis que d'intenter un procès	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5	36
f) dans la plupart des cas, il est inutile de porter plainte contre un commerçant auprès du gouvernement car il ne peut rien faire	☐1	☐2	☐3	☐4	☐5	37

24. Selon vous, à partir de quel montant d'argent vaut-il la peine **de faire quelque chose** pour tenter de régler un problème avec un commerçant?

- en bas de $10. ☐1
- à partir de $10. ☐2
- à partir de $25. ☐3
- à partir de $50. ☐4
- à partir de $100. ☐5

Ne pas lire → • ça dépend des cas ☐6

38

25. Selon vous, à partir de quel montant d'argent vaut-il la peine **de consulter un avocat** à propos d'un problème avec un commerçant?

- en bas de $100. ☐1
- à partir de $100. ☐2
- à partir de $300. ☐3
- à partir de $500. ☐4
- à partir de $1,000. ☐5

Ne pas lire →
- ça dépend des cas ☐6
- avec l'aide juridique, le montant d'argent n'a plus d'importance ☐7

39

* Cartes placées à la suite des questions.

32. Si vous aviez l'impression qu'un professionnel (dentiste, avocat, pharmacien...) exige un prix trop élevé pour les services rendus, pensez-vous que vous pourriez faire quelque chose?

- oui ☐1 ——→ Que feriez-vous? _____
- non ☐2 ——→ Pourquoi? _____
- je ne sais pas ☐3

33. Si un ami vous faisait part de son incapacité à payer ses dettes, quel recours juridique lui conseilleriez-vous?

(Notez la réponse le plus exactement possible)

_____

_____

_____

_____

- je ne sais pas ☐

34. Si vous aviez aujourd'hui à régler un problème avec un commerçant ou un professionnel, pensez-vous qu'il vous serait très facile, facile, difficile ou très difficile de bien défendre votre point de vue?

- très facile ☐1
- facile ☐2
- difficile ☐3
- très difficile ☐4
- ça dépendrait du problème ou du commerçant / professionnel ☐5
- je ne sais pas ☐6

35. Si vous aviez aujourd'hui à régler un problème avec un commerçant, connaissez-vous quelqu'un parmi vos parents, vos amis ou vos connaissances qui pourrait vous aider au besoin?

- oui ☐1
- non ☐2 ——→ **Passez à la Q. 36**
- je ne sais pas ☐3 ——→ **Passez à la Q. 36**

Si oui Quelle est l'occupation de cette ou ces personne(s)?

_____

_____

_____

TYPE 7: Prix excessifs de biens ou services

233. Au cours de la dernière année, vous est-il arrivé **d'être obligé** de payer un prix que vous jugiez excessif pour l'un des biens ou des services suivants?

J'aimerais que vous regardiez attentivement ces deux (2) listes avant de répondre.

Présentez les cartes numéros 3 et 4 au répondant

Identification des biens ou services désignés

1. _____ 6. _____
2. _____ 7. _____
3. _____ 8. _____
4. _____ 9. _____
5. _____ 10. _____

Aucun problème signalé ☐ → **Passez au type 8, page 66**

Si le répondant signale plus de deux (2) problèmes, posez la question suivante:

Parmi ces problèmes, quels sont, selon vous, les deux (2) plus importants?

1er problème _____

2e problème _____

234. En quoi le prix exigé vous paraissait-il excessif?

1er	2e

235. Selon vous, quel montant avez-vous payé en trop?

	1er	2e
	$ ____	$ ____
• je ne sais pas	☐	☐

236. Ce problème vous paraissait-il très grave, grave ou peu important?

	1er	2e
• très grave	☐1	☐1
• grave	☐2	☐2
• peu important	☐3	☒3

237. **Aviez-vous l'impression de perdre beaucoup, un peu ou pas du tout d'argent dans cette affaire?**

	1er	2e	
• beaucoup	☐1	☐1	
• un peu	☐2	☐2	
• pas du tout	☐3	☐3	
• je ne sais pas	☐4	☐4	37 38

238. **Avez-vous consulté quelqu'un à propos de ce problème?**

	1er	2e	
• oui	☐1	☐1	
• non	☐2	☐2	39 40

Si oui Qui avez-vous consulté?

_____ _____

_____ _____

_____ _____ 41 42

239. Avec quel type de commerçant, d'entreprise ou de professionnel ce problème de prix s'est-il posé? Etait-ce avec...

	1er	2e	
• un magasin à chaîne?	☐1	☐1	
• un petit commerçant indépendant?	☐2	☐2	
• un gros commerçant indépendant?	☐3	☐3	
• un vendeur à domicile?	☐4	☐4	
• un professionnel ou semi-professionnel?	☐5	☐5	43 44
• autre (précisez)_____	_____		

240. Connaissiez-vous **personnellement** le professionnel, le commerçant ou le propriétaire (gérant) de l'entreprise?

	1er	2e	
• oui	☐1	☐1	
• non	☐2	☐2	45 46

241. Vous êtes-vous plaint(e) auprès de la personne ou de l'entreprise avec laquelle ce problème s'était posé?

	1er		2e	
• oui	☐1 →	**Passez à la Q. 245**	←☐1	
• non	☐2		☐2	47 48

242. Pour quelle raison ne l'avez-vous pas fait? Etait-ce...

	1er	2e
• par simple négligence?	☐1	☐1
• parce que le problème n'était pas assez important?	☐2	☐2
• parce que ça n'aurait rien donné?	☐3	☐3
• parce que la personne ou l'entreprise concernée n'était nullement responsable?	☐4	☐4
• pour une autre raison (précisez)		

49 50

_____ _____

_____ _____

_____ _____

243. Qu'avez-vous fait pour régler ce problème?

1er 2e

_____ _____

_____ _____

_____ _____

51 52

244. Etiez-vous très satisfait(e), plutôt satisfait(e), plutôt insatisfait(e) ou très insatisfait(e) de la façon dont ce problème s'est réglé?

	1er	2e
• très satisfait(e)	☐1	☐1
• plutôt satisfait(e)	☐2	☐2
• plutôt insatisfait(e)	☐3	☐3
• très insatisfait(e)	☐4	☐4
• non encore réglé	☐5	☐5

53 54

Passez au 2e problème, page 61 ou au type 8, page 66

Passez au type 8, page 66

245. Que lui demandiez-vous au juste?

1er 2e

_____ _____

_____ _____

_____ _____

55 56

246. Pour tenter d'obtenir satisfaction, avez-vous fait des pressions ou des menaces auprès de cette personne ou de cette entreprise?

	1er	2e
• oui	☐1	☐1
• non	☐2	☐2

57 58

Si oui Quel genre de pressions ou menaces?

_____ _____

_____ _____

_____ _____ 59 60

247. Dans l'ensemble, diriez-vous qu'il a été très facile, plutôt facile, plutôt difficile ou très difficile de traiter avec cette personne ou cette entreprise?

	1er	2e
• très facile	☐1	☐1
• plutôt facile	☐2	☐2
• plutôt difficile	☐3	☐3
• très difficile	☐4	☐4

61 62

248. Quel a été le résultat final de vos démarches?

	1er	2e
• j'ai abandonné sans avoir obtenu satisfaction	☐1	☐1
• j'ai obtenu ce que je demandais	☐2	☐2
• j'ai obtenu un compromis ou un arrangement	☐3	☐3
• l'affaire s'est rendue devant un tribunal	☐4	☐4
• l'affaire n'est pas encore réglée	☐5	☐5
• autre résultat (précisez)		

Passez à la Q. 250

63 64

_____ _____

_____ _____

_____ _____

249. Qu'avez-vous fait pour régler ce problème?

1er 2e

_____ _____

_____ _____

_____ _____ 65 66

250. Dans l'ensemble, étiez-vous très satisfait(e), plutôt satisfait(e), plutôt insatisfait(e), ou très insatisfait(e) de la façon dont ce problème s'est réglé?

	1er	2e
• très satisfait(e)	☐1	☐1
• plutôt satisfait(e)	☐2	☐2
• plutôt insatisfait(e)	☐3	☐3
• très insatisfait(e)	☐4	☐4
• non encore réglé	☐5	☐5

67		68

Passez au 2e problème, page 61 ou au type 8, page 66

TYPE 9: Qualité des services

277. Tantôt, nous avons parlé de la question du prix des services. J'aimerais maintenant savoir si, au cours de la dernière année, il vous est arrivé d'avoir à vous plaindre de la **qualité** d'un service?

J'aimerais que vous regardiez attentivement cette liste avant de répondre.

Présentez la carte numéro 3 au répondant

Identification des services désignés

1. _____ 49 50
2. _____ 51 52
3. _____ 53 54
4. _____ 55 56
5. _____ 57 58
6. _____ 59 60
7. aucun problème signalé [ ] → **Passez au type 10, page 78**

Si le répondant signale plus de deux (2) problèmes, posez la question suivante:

Parmi ces problèmes, quels sont, selon vous, les deux (2) plus importants?

1er problème _____ 61 62

2e problème _____ 63 64

278. En quoi consistait ce problème?

1er	2e	
_____	_____	65 66
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	

Si le problème consiste en la non disponibilité ou l'absence du service passez à la Q. 282, p. 74

Si le problème consiste en la non disponibilité ou l'absence du service, passez à la Q. 282, p. 74

279. Combien aviez-vous payé pour ce service?

1er	2e	
$_____	$_____	67 68

280. Au moment où ce problème est apparu, faisiez-vous encore des paiements pour ce service?

	1er	2e
• oui	☐1	☐1
• non	☐2	☐2

69 70

281. Selon vous, existait-il une garantie encore valide qui couvrait ce genre de problème?

1 4

	1er	2e
• oui	☐1	☐1
• non	☐2	☐2
• je ne sais pas	☐3	☐3

1 4
5 6

7 8

282. Ce problème vous paraissait-il très grave, grave ou peu important?

	1er	2e
• très grave	☐1	☐1
• grave	☐2	☐2
• peu important	☐3	☐3

9 10

283. Aviez-vous l'impression de perdre beaucoup, un peu ou pas du tout d'argent dans cette affaire?

	1er	2e
• beaucoup	[ ]1	[ ]1
• un peu	[ ]2	[ ]2
• pas du tout	[ ]3	[ ]3
• je ne sais pas	[ ]4	[ ]4

11 12

284. Avez-vous consulté quelqu'un à propos de ce problème?

	1er	2e
• oui	☐1	☐1
• non	☐2	☐2

13 14

Si oui Qui avez-vous consulté?

_____ _____

_____ _____

_____ _____

15 16

285. Vous êtes-vous plaint(e) auprès de la personne ou de l'entreprise avec laquelle ce problème s'était posé?

	1er	2e
• oui	☐1 → **Passez à la Q. 289**	☐1
• non	☐2	☐2

17 18

286. Pour quelle raison ne l'avez-vous pas fait? Etait-ce...

	1er	2e
• par simple négligence?	☐1	☐1
• parce que le problème n'était pas assez important?	☐2	☐2
• parce que ça n'aurait rien donné?	☐3	☐3
• parce que la personne ou l'entreprise concernée n'était nullement responsable?	☐4	☐4
• pour une autre raison (précisez)?		

19 20

287. Qu'avez-vous fait pour régler ce problème?

1er	2e

21 22

288. Etiez-vous très satisfait(e), plutôt satisfait(e), plutôt insatisfait(e) ou très insatisfait(e) de la façon dont ce problème s'est réglé?

	1er	2e
• très satisfait(e)	[ ]1	[ ]1
• plutôt satisfait(e)	[ ]2	[ ]2
• plutôt insatisfait(e)	[ ]3	[ ]3
• très insatisfait(e)	[ ]4	[ ]4
• non encore réglé	[ ]5	[ ]5

23 24

1er	2e
Passez au 2e problème, page 73 ou au type 10, page 78	**Passez au type 10, page 78**

289. Que lui demandiez-vous au juste?

1er	2e

25 26

290. Pour tenter d'obtenir satisfaction, avez-vous fait des pressions ou des menaces auprès de cette personne ou de cette entreprise?

	1er	2e
• oui	☐1	☐1
• non	☐2	☐2

27 28

Si oui Quel genre de pressions ou menaces?

29 30

291. Dans l'ensemble, diriez-vous qu'il a été très facile, plutôt facile, plutôt difficile ou très difficile de traiter avec cette personne ou cette entreprise?

	1er	2e
• très facile	☐1	☐1
• plutôt facile	☐2	☐2
• plutôt difficile	☐3	☐3
• très difficile	☐4	☐4

31 32

292. Quel a été le résultat final de vos démarches?

	1er	2e
• j'ai abandonné sans avoir obtenu satisfaction	1	1
• j'ai obtenu ce que je demandais	2	2
• j'ai obtenu un compromis ou un arrangement	3	3
• l'affaire s'est rendue devant un tribunal	4	4
• l'affaire n'est pas encore réglée	5	5
• autre résultat (précisez)		

Passez à la Q. 294

33 34

293. Qu'avez-vous fait pour régler ce problème?

1er 2e

35 36

294. Dans l'ensemble, étiez-vous **très satisfait(e), plutôt satisfait(e), plutôt insatisfait(e), ou très insatisfait(e) de la façon dont ce problème s'est réglé?**

	1er	2e
• très satisfait(e)	☐1	☐1
• plutôt satisfait(e)	☐2	☐2
• plutôt insatisfait(e)	☐3	☐3
• très insatisfait(e)	☐4	☐4
• non encore réglé	☐5	☐5

37 38

Passez au 2e problème, page 73, ou au type 10, page 78

Liste des types de problèmes
et cartes 1, 2, 3, 4

LISTE DES TYPES

		PAGE
Type 1:	MAISON	16
Type 2:	LOGEMENT	29
Type 3:	AUTOMOBILE	34
Type 4:	CRÉDIT	47
Type 5:	LIVRAISON D'UN BIEN	51
Type 6:	PUBLICITÉ TROMPEUSE	56
Type 7:	PRIX EXCESSIFS DE BIENS OU SERVICES	61
Type 8:	DÉFECTUOSITÉS DES BIENS	66
Type 9:	QUALITÉ DES SERVICES	73
Type 10:	SERVICES PUBLICS	78
Type 11:	NOURRITURE	83

Carte numéro 1 **QUESTION 23**

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord
a) Quand on a signé un contrat, on ne peut plus rien faire, il faut le respecter.				
b) En général, on ne peut pas se défendre efficacement lorsqu'on a un problème avec un **commerçant**.				
c) En général, on ne peut pas se défendre efficacement lorsqu'on a un problème avec un **professionnel.**				
d) Dans la plupart des cas, il est difficile de faire respecter la garantie d'un bien par le fabricant.				
e) Quand on a un problème avec un commerçant ou un professionnel, il vaut toujours mieux se résigner à un compromis que d'intenter un procès.				
f) Dans la plupart des cas, il est inutile de porter plainte contre un commerçant auprès du gouvernement car il ne peut rien faire.				

Carte numéro 2

QUESTION 40

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord
1) L'achat à crédit est une nécessité de nos jours.				
2) Aujourd'hui, la qualité de la plupart des produits est moins bonne qu'il y a 20 ans.				
3) La plupart des entreprises sont plus intéressées à faire le maximum de profits qu'à satisfaire les besoins des consommateurs.				
4) La pauvreté pourra être progressivement éliminée par une plus grande croissance économique.				
5) Tout le monde devrait avoir au moins une carte de crédit.				
6) Pour la grande majorité des produits, les différences entre les marques sont peu importantes.				
7) C'est une bonne chose que les produits durent moins longtemps car ça permet aux entreprises de produire davantage et de faire travailler plus de gens.				
8) L'important dans la vie c'est de rechercher le niveau de vie le plus élevé possible.				
9) Il faut autant que possible suivre la mode, car il faut être de son temps.				
10) La publicité apporte des informations utiles sur la qualité et la performance des produits.				
11) En général, on peut faire confiance aux hommes d'affaires pour corriger eux-mêmes les abus et les défauts du système économique.				

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt en désaccord	Tout à fait en désaccord
12) C'est à chaque consommateur de protéger par lui-même ses intérêts.				
13) La concurrence entre les entreprises est le meilleur moyen de garder les prix bas.				
14) Les consommateurs devront s'organiser collectivement pour bien défendre leurs intérêts.				
15) Le gouvernement devrait contrôler davantage la publicité et les activités commerciales des hommes d'affaires.				
16) La plupart des problèmes qu'ont les consommateurs sont le résultat de leur propre négligence.				
17) La lutte contre la pollution est nécessaire mais ne doit pas se faire au détriment de la croissance économique.				
18) En général, les produits annoncés par la publicité sont meilleurs que les autres.				

Carte numéro 3 — BIENS

Types 5, 6, 7, 8

1. **Equipement de maison:**
   - outils
   - tondeuse
   - souffleuse
   - matériaux de construction
   - gouttières et auvents
   - revêtements extérieurs
   - appareils de climatisation

2. **Accessoires de maison:**
   - tapis, tuiles
   - rideaux
   - tapisserie
   - plantes d'intérieur
   - peinture
   - lingerie, trousseau
   - produits de nettoyage

3. **Meubles:**
   - mobilier en général (ensemble de cuisine, de salon, de chambre à coucher, etc.)
   - stéréo, stéréo-cassettes, magnétophone
   - télévision
   - radio

4. **Appareils électro-ménagers:**
   - laveuse, sécheuse
   - poêle, frigidaire
   - aspirateur
   - machine à coudre
   - grille-pain, fer à repasser
   - lave-vaisselle
   - mélangeur
   - congélateur
   - presse-jus électrique
   - ouvre-boîte électrique
   - autres appareils électro-ménagers

5. **Vêtements:** (chaussures, lainage, tricots, cuir, fourrures, vêtements d'enfants...)

6. **Equipements de loisirs:**
   - piscine
   - embarcations
   - ski alpin ou ski de fond
   - articles de camping
   - articles de chasse et pêche
   - motoneige
   - bicycles
   - motocyclettes
   - instruments de musique
   - disques, livres, etc.
   - appareil photo
   - articles de sport

7. **Animaux**

8. **Jouets**

9. **Médicaments et prothèses**

10. **Bijoux, montres, horloges**

11. **Produits de beauté**

Carte numéro 4

SERVICES

1. **Services professionnels:**
   - avocats, notaires
   - comptables
   - médecins, chiropraticiens, podiatres
   - dentistes
   - diététistes
   - vétérinaires
   - ingénieurs
   - architectes, décorateurs, paysagistes
   - pharmaciens
   - psychologues
   - services optiques
   - courtiers (assurances, maison, valeurs mobilières)

2. **Services semi-professionnels:**
   - électriciens
   - plombiers
   - menuisiers, ébénistes, rembourreurs
   - services de réparation (Télévision, radio, appareils électro-ménagers, horlogerie, sauf automobile)
   - assurances (auto, vie, vol, feu, maison, meubles)
   - services funéraires
   - services de transport ou déménagement
   - services d'entreposage (vêtements, meubles)
   - services de location (automobile, télévision, etc.)
   - services bancaires et financiers
   - couturiers, cordonniers, teinturiers
   - nettoyeurs
   - services d'extermination

3. **Services personnels:**
   - abonnements (journaux, revues, livres, disques, encyclopédies)
   - services de restauration (hôtel, motel, restaurants)
   - services de loisirs (théâtres, cinémas, plein air, sports professionnels)
   - services de soins de beauté et studios de santé (barbiers, salons de coiffure, studios de conditionnement physique, électrolyse, soins d'esthéticienne)
   - agences matrimoniales
   - agences de voyages
   - écoles privées (danse, conduite automobile, yoga, personnalité, langue, musique, arts plastiques...)

APPENDICE 3

LEXIQUE DES PRINCIPAUX CONCEPTS UTILISES

(Extrait de "La société de consommation au Québec", Office de la protection du consommateur/Editeur officiel du Québec, mai 1980)

LEXIQUE

Chefs de ménage:

1) aux fins de l'entrevue

Dans les logements habités par une famille ou un couple sans enfants (marié ou vivant maritalement) la personne interrogée alternait entre le chef de ménage masculin (mari) et le chef de ménage féminin (épouse). Dans tous les autres cas, la personne interrogée est le chef de ménage unique: familles monoparentales, célibataire(s), veuf(ve), séparé(e), divorcé(e).

2) aux fins de l'analyse

Compte tenu du grand nombre de ménagères interrogées, ce qui rend extrêmement difficile toute comparaison entre les unités de consommation, notamment dans la détermination du statut socio-économique des ménages et familles, le chef de ménage est l'homme dans le cas des couples mariés et le répondant (homme ou femme) chez les célibataires vivant maritalement, les célibataires, les séparés(es), les divorcés(es) et les veufs(ves).

Formes simples de consommation:

réfèrent aux unités qui n'ont une consommation élevée ni de Biens, ni de Services, ni de Loisirs ou qui ont une consommation élevée dans un seul de ces trois grands secteurs de consommation.

Formes complexes de consommation:

réfèrent aux unités qui ont une consommation élevée dans deux ou même dans les trois secteurs de consommation: Biens, Services, Loisirs.

Modes de structuration: Modes d'organisation:

Deux termes équivalents qui désignent les diverses combinaisons possibles de consommation élevée de Biens (B), Services (S) et Loisirs (L). L'ordre des lettres indique l'importance relative des trois secteurs. Exemple: un groupe qui se définit par un mode d'organisation BL signifie que la majorité des unités qui forment ce groupe ont une consommation élevée de Biens, suivie d'une consommation un peu moins élevée

de Loisirs. Théoriquement, nous pouvons caractériser 16 modes d'organisation possibles: LSB, LBS, BLS, BSL, SBL, SLB, BL, LB, SL, LS, BS, SB, B, L, S, -LSB.

Bases de structuration: désignent les fondements premiers sur lesquels reposent les modes d'organisation ou de structuration. Aux fins d'analyse, nous avons caractérisé quatre (4) bases possibles de structuration: les modes basés sur

1) les Biens: BLS, BSL, BL, BS, B
2) les Services: SBL, SLB, SL, SB, S
3) les Loisirs: LBS, LSB, LS, LB, L
4) aucun des trois éléments de structuration

Modèles de consommation: réfèrent aux différentes manières d'envisager et de se situer par rapport à la consommation. Les modèles réfèrent donc aux profils culturels qui se dégagent

1) du degré de participation des unités à la société de consommation (niveau général de consommation)
2) de l'importance des comportements traditionnels ou modernes de consommation adoptés par les unités
3) de leur degré de participation aux valeurs et normes du système (perceptions idéologiques)
4) et de l'importance des moyens de défense

Idéologie de la consommation: Ensemble des représentations (idées et croyances) qui valorisent la consommation massive des biens et services et encouragent tous les moyens qui favorisent une telle consommation: la mode, le crédit, etc.

Idéologie consumériste: Ensemble des représentations qui remettent en cause l'idéologie de la consommation par une critique développée des abus et excès de la société de consommation: pollution, non-durabilité des biens, endettement, etc.

Unités de consommation: sont constituées des personnes qui habitent un même logement. Ces personnes forment des ménages ou des familles.

Unités complètes de consommation:	sont constituées de familles, c'est-à-dire du père, de la mère et d'au moins un enfant à charge.
Unités non complètes de consommation:	sont constituées de familles monoparentales ou de ménages, c'est-à-dire de personnes seules ou de couples sans enfant.
Processivité:	réfère à la tendance des consommateurs à porter leurs problèmes devant des instances judiciaires, par exemple consulter un avocat ou intenter un procès.